

Anniina Lehto

ASIAKASTYYTYVÄISYYS PALVELULIIKETOIMINNASSA:
CASE ISÄNNÖINTIYRITYS

Liiketalouden koulutusohjelma
2016

ASIAKASTYYTYVÄISYYS PALVELULIIKETOIMINNASSA: CASE ISÄNNÖINTIYRITYS

Lehto, Anniina
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
lokakuu 2016
Ohjaaja: Tuomi, Tero
Sivumäärä: 55
Liitteitä: 2

Asiasanat: isännöinti, asiakastyytyväisyys, kyselytutkimus, palvelu, laatu

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat toimeksiantaja-isännöintiyrityksen palvelun laadun nykytilaan. Tarkoituksena oli selvittää yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia, sekä löytää konkreettisia kehitysehdotuksia toiminnan laadun ja asiakkaiden tyytyväisyyden parantamiseksi. Tehtävänä oli suunnitella kyselylomake ja teettää asiakastyytyväisyyskysely toimeksiantajan asiakastaloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajille. Työn tavoitteena oli selvittää, kuinka tyytyväisiä yrityksen asiakkaat ovat palvelun eri osa-alueisiin sekä sitä kautta tuoda konkreettista hyötyä yritykselle.

Työn teoreettinen viitekehys muodostettiin tukemaan kyselylomakkeen sisältöä ja rakennetta. Teoriaosuus koostuu isännöinnin teoriasta, palvelusta, sen laadusta ja laadun kokemisesta, asiakastyytyväisyydestä ja sen mittaamisesta, SERVQUAL-menetelmästä, sekä tutkimuslomakkeen laatimisen teoriasta. Tutkimusmenetelmänä tässä työssä on käytetty kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimusta.

Tutkimus toteutettiin kirjekyselynä. Kysely lähetettiin jokaiselle 46 taloyhtiön hallituksen puheenjohtajalle postitse. Vastauksia saatiin 21 kappaletta, joten vastausprosentiksi muodostui 46 prosenttia. Saadut vastaukset käsiteltiin ja syötettiin manuaalisesti havaintomatriisiin. Tulokset esitettiin graafisia kuvaajia ja tunnuslukuja apuna käyttäen ja esiteltiin toimeksiantajalle.

Tuloksista voitiin havaita, että asiakkaiden tyytyväisyys palveluun on hyvällä tasolla. Erityisesti palvelun ystävällisyyteen, luotettavuuteen ja tavoitettavuuteen oltiin tyytyväisiä. Selkeimmiksi kehityskohteiksi nousivat tiedottaminen ja muutama taloyhtiön johtamisen osa-alue.

CUSTOMER SATISFACTION IN SERVICE-RENDERING BUSINESS: CASE REAL ESTATE MANAGEMENT COMPANY

Lehto, Anniina

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Administration

October 2016

Supervisor: Tuomi, Tero

Number of pages: 55

Appendices: 2

Keywords: real estate management, customer satisfaction, questionnaire, service, quality

The purpose of this thesis was to find out how satisfied the customers of the real estate management company are with the current state of service. The purpose was to find out some of the company's strengths and weaknesses and find concrete quality development ideas to increase customer satisfaction. The assignment was to plan a questionnaire and implement a customer satisfaction survey for the chairmen of client housing cooperatives. The aim of this thesis was to find out how satisfied the customers are with different fields of service and by doing that, bring concrete benefit for the company.

The theoretical framework of this study was formed to support the content and the structure of the questionnaire. The theoretical framework consisted of the theory of real estate management, service and quality, how people experience quality, customer satisfaction and how to measure it. The theoretical framework consisted also of SERVQUAL- method and the theory of how to draw up a good questionnaire. The research method used in this thesis was quantitative research.

The survey was carried out by a postal questionnaire. The questionnaire was sent to all 46 chairmen of housing cooperatives via post. 21 replies were received and the final response rate was 46 percent. Replies were processed and fed manually in spreadsheet program. The results were presented with graphs and statistical numbers followed by presenting the report to the client company.

According to the results, customers' state of satisfaction was at a good level. The most satisfied the customers turned out to be with friendliness, reliability and accessibility. The most definite targets for development were informing customers and few fields in managing housing cooperatives.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET, VIITEKEHYS JA RAKENNE.....	7
3	ISÄNNÖINTI TOIMIALANA	8
3.1	Isännöinti nykypäivänä	8
3.2	Isännöitsijän tehtäviä	9
4	PALVELUN LAADUN KOKEMINEN.....	10
4.1	Palvelut	10
4.2	Laatu	10
4.3	Laadun kokeminen.....	11
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	12
5.1	Määritelmä	12
5.2	Mittaaminen	12
6	SERVQUAL – MENETELMÄ.....	13
6.1	Luotettavuus.....	13
6.2	Reagointialttius	13
6.3	Pätevyys	14
6.4	Saavutettavuus	14
6.5	Kohteliaisuus.....	15
6.6	Viestintä	15
6.7	Uskottavuus.....	16
6.8	Turvallisuus.....	16
6.9	Asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen.....	17
6.10	Fyysinen ympäristö.....	17
6.11	Menetelmän lopullinen muoto	17
7	TUTKIMUSLOMAKE	18
7.1	Yleistä	18
7.2	Lomakkeen laatiminen ja rakenne	18
7.3	Strukturoidut kysymykset	19
7.4	Avoimet kysymykset	19
7.5	Tärkeää lomakkeen rakenteesta ja sisällöstä.....	20
7.6	Vastausasteikot	21
8	TUTKIMUSMENETELMÄ JA OTANTA	22
8.1	Kvantitatiivinen tutkimus	22
8.2	Tutkimusetiikka	23
8.3	Tutkimuksen perusjoukko ja otanta	23

8.4	Tutkimuksen toteuttaminen	24
8.5	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	25
9	TUTKIMUSTULOKSET	26
9.1	Tulosten käsittelystä.....	26
9.2	Taustatiedot.....	27
9.3	Palvelu.....	32
9.4	Tiedottaminen	33
9.5	Verkkosivut.....	35
9.6	Taloyhtiön johtaminen	36
9.7	Ammattitaito	38
9.8	Isännöintisopimus	39
9.9	Taloyhtiön kehittäminen	41
9.10	Lisäpalvelut.....	42
9.11	Kokonaistyytyväisyys	43
10	POHDINTA JA KEHITYSEHDOTUKSET.....	46
11	TOIMEKSIANTAJAN ARVIOINTI.....	50
12	YHTEENVETO	51
	LÄHTEET.....	54
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Isännöintiala muuttuu jatkuvasti. Siitä muotoutuu kokoajan palvelukeskeisempi ala, jonka on pysyttävä muiden alojen kaltaisesti mukana muuttuvassa maailmassa ja sopeuduttava vastaamaan asiakkaiden ja esimerkiksi kiinteistöjen lisääntyviä tarpeita. Ihmiset tulevat jatkuvasti tietoisemmiksi arjen ja asumisen toimivuuden tärkeydestä, eivätkä perinteiset isännöitsijän tarjoamat palvelut ole enää riittäviä, vaan kiinnostus esimerkiksi lisäpalveluihin kasvaa. (Isännöintiliiton [www-sivut](#) 2016.)

Isännöintialalla myös kilpailu kiristyy. Alan keskittyminen, sekä asiakkaiden hinta- ja laatu-tietoisuus lisäävät kilpailua. Jatkossa on entistä tärkeämpää, miten yrityksen ammattitaito, palvelun laatu ja hinta kohtaavat. Hyvä isännöitsijä ihmisenä ei enää riitä. (Susanna Pekkarinen 2014.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä asiakastyytyväisyyskysely isännöintiyritykselle, jossa työskentelin kaksi kesää toimistosihteerinä. Yritys tarvitsee tutkimuksen ISA-auktorisointia varten. Auktorisointi myönnetään laatukriteerit täyttävälle isännöintiyritykselle. Tunnuksen käyttöoikeus kertoo yrityksen toiminnan laadusta. (Isa-yhdistyksen [www-sivut](#) 2016.) Yrityksessä on myös hiljattain vaihtunut omistaja ja osa henkilökunnasta, joten ajankohta tutkimukselle on erittäin otollinen. Kyseisissä muutostilanteissa on yrityksen edun mukaista selvittää, mitkä tavat, käytännöt ja palvelut ovat toimivia ja mitä toiminnan muotoja olisi hyvä miettiä uudelleen ja mahdollisesti kehittää. Asiakastyytyväisyystutkimus on hyvä apuväline tällaiseen pohdintaan. Edellä mainituista syistä työn aihe on erittäin ajankohtainen ja tärkeä erityisesti toimeksiantajayritykselle.

Toimeksiantaja on halunnut pysyä työssä nimettömänä, joten työn missään vaiheessa ei mainita toimeksiantajayrityksen nimeä tai muita siihen liittyviä yksityiskohtia. Näin työssä on kunnioitettu toimeksiantajan toivetta.

2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET, VIITEKEHYS JA RAKENNE

Tämän tutkimuksen päätavoitteena on selvittää, kuinka tyytyväisiä toimeksiantajayrityksen asiakkaat ovat yrityksen tämänhetkiseen palvelun laatuun. Tavoitteena on selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä palveluun kokonaisuutena, sekä paloitella yrityksen toiminnan osa-alueita pienemmiksi osiksi ja selvittää, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat esimerkiksi tiedottamiseen tai taloyhtiön johtamiseen. Työn tavoitteena on asiakastyytyväisyyden mittaamisen avulla löytää yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia. Lisäksi työn tavoitteena on löytää kehityskohteita ja antaa konkreettisia kehitysehdotuksia yrityksen palvelun laadun turvaamiseksi ja parantamiseksi. Tärkeää on, että yritys todella hyötyy tutkimuksesta.

Työn teoreettinen viitekehys muodostuu pääsääntöisesti isännöinnin teoriasta, palvelun laadun kokemisen teoriasta sekä SERVQUAL-menetelmän teoriasta, eli yhdestä palvelun laadun mittaamisen menetelmästä. Lisäksi työssä on käytetty teoriaa tutkimuslomakkeen laatimisesta sekä tutkimuksen tekemisestä. Teoreettisessa viitekehyksessä lähdetään liikkeelle perusasioista, kuten siitä, mitä tarkoittaa palvelu, mitä on laatu ja kuinka sitä mitataan. Näistä tiedoista edetään monipuolisempiin kokonaisuuksiin. Alun perin oli suunnitelmassa täydentää teoriaosuutta vielä 7 P:n mallilla, mutta sitä tutkittuani en löytänyt siitä mitään sellaista, mikä olisi tuonut jotain uutta tai huomattavaa lisäarvoa tuottavaa tietoa tutkimukseen. 7 P:n mallista ainoastaan hinta (price) olisi täydentänyt tutkimusta, mutta toimeksiantaja toivoi, että hintaa ei oteta mukaan tutkimukseen ollenkaan. Tämän takia en nähnyt tarpeelliseksi käyttää 7 P:n mallia lainkaan.

Työ koostuu kahdesta osasta: teoriaosasta ja käytännön tutkimuksesta. Teoriaosassa käydään läpi isännöintiä toimialana. Sen jälkeen käsitellään palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä, sekä sen mittaamista. Tämän jälkeen pilkotaan asiakastyytyväisyyden ja laadun kokemisen mittaamista pienempiin osiin SERVQUAL-menetelmän avulla käymällä läpi 10 osatekijää, jotka kuvaavat palvelun kokemista. Tämän jälkeen perehdytään tarkemmin tutkimuslomakkeen laatimiseen. Luvussa selvitetään, millainen on hyvä tutkimuslomake ja mitä on syytä ottaa huomioon lomaketta laadittaessa. Tutki-

musosiossa kuvataan valittu tutkimusmenetelmä, kvantitatiivinen tutkimus, jonka jälkeen käydään läpi teetetyn tutkimuksen tietoja, kuten kohderyhmää ja luotettavuutta. Tutkimusosion päätteeksi kirjoitetaan saadut tutkimustulokset auki ja esitetään ne graafisesti ja lukuja apuna käyttäen. Lopussa kootaan tutkimus ja sen tulokset yhteen ja annetaan kehitysehdotuksia yrityksen toiminnan laadun ylläpitämiseksi ja parantamiseksi.

3 ISÄNNÖINTI TOIMIALANA

3.1 Isännöinti nykypäivänä

Nykyään isännöinti on hyvin erilaista verrattuna aiempaan. Yrityskoot ovat kasvaneet, vaikka isännöintiyritysten koko yhä silti vaihtelee paljon. Isännöintiyritykset ovat hyvä esimerkki yrityksistä, joilta vaaditaan koko ajan enemmän ja laajempaa palvelua. Vaatimusten kasvaessa isännöitsijän toimenkuva on muuttunut. Pieniä isännöintiyrityksiä uhkaavat suuret isännöintiketjut, joilla on enemmän resursseja ja mahdollisuuksia esimerkiksi kilpailukykyisempään hintaan. Pienet yritykset voivat kuitenkin yhä menestyä esimerkiksi panostamalla palvelun laatuun ja ihmisläheisyyteen. (Haarma, Jaatinen, Kaivanto & Kangasluoma 2011, 23-24.)

Isännöitsijän työstä on hyvin monenlaisia mielikuvia. Yleinen käsitys on, että kaikki mahdolliset asumiseen, asukkaisiin ja kiinteistöön liittyvät asiat ovat automaattisesti isännöitsijän vastuulla. Lisäksi melko tavallinen käsitys on, että isännöinnin kiinteän palvelumaksun tulisi kattaa kaikki mahdollinen. Näin ei kuitenkaan aina ole. Isännöinnissä on pitkään keskitytty ainoastaan lakisääteisen palvelun tuottamiseen ja vasta viime vuosina on herätty asiakkaiden vaihteleviin tarpeisiin. Tämä on alkanut näkyä niin palvelun tarjonnassa, kuin hinnoittelussakin. (Haarma ym. 2011, 29-30.)

3.2 Isännöitsijän tehtäviä

Isännöitsijän toimenkuvaan kuuluu paljon erilaisia tehtäviä. Isännöitsijän on oltava moniosaaja, joka saa arjen sujumaan asunto-osakeyhtiössä mahdollisimman vaivattomasti. Erityisesti teknisen osaamisen merkitys on kasvanut korjaushankkeiden lisääntymisen myötä. Asunto-osakeyhtiölaki määrää, että isännöitsijän tulee huolehtia kiinteistönpidosta ja rakennusten kunnosta, mikä edellyttää isännöitsijältä suunnitelmallisuutta, jonka tavoitteena on kiinteistön kehittäminen koko sen elinkaaren ajan. Isännöitsijän tehtäviin kuuluu asunto-osakeyhtiölain mukaan ainakin taloyhtiön hallinnosta huolehtiminen hallituksen ohjeiden ja määräysten mukaan, sekä kirjanpidon lainmukaisuudesta ja varainhoidon luotettavuudesta huolehtiminen. Hallinnollisiin tehtäviin voi kuulua esimerkiksi kokousten pitäminen, sopimusasioiden hoitaminen, turvallisuus- ja vakuutusasiat, ilmoitusvelvollisuudet – niin osakkaille, asukkaille, kuin julkisille tahoillekin, asiakirjojen arkistoinnit, arvopapereista huolehtiminen ja paljon muuta. Isännöitsijälle kuuluu myös taloudenhoitoon liittyviä tehtäviä, kuten talous- ja toimintasuunnittelu ja rahaliikenteen hoitaminen. Isännöitsijä ei kuitenkaan välttämättä hoida itse kaikkia sille luokiteltuja tehtäviä, vaan yrityksessä työskentelee myös muuta henkilökuntaa, kuten taloushallinnon ammattilaisia. He hoitavat esimerkiksi rahaliikennettä ja laskutusta isännöitsijän valvonnassa. (Haarma ym. 2011, 24,27,31-37.)

Isännöitsijältä edellytetään muun muassa toimivaa viestintää. Sen merkitystä isännöinnissä ei voi liiaksi korostaa. Viestintä on johtamisen väline, myös taloyhtiössä. Sen ei tarvitse kuulua isännöitsijän tehtäviin, vaan myös esimerkiksi hallitus itse voi hoitaa viestinnän. Useimmissa tapauksissa viestintä kuitenkin on isännöitsijältä edellytetty asia. Vaikka viestintä ei olisikaan luettu isännöitsijän tehtäviin, tämän tulee varmistaa, että viestintä on hoidettu jollain muulla tavalla. Tämä siksi, että toimimaton viestintä aiheuttaa helposti tyytymättömiä asiakkaita ja koituu isännöitsijän vahingoksi. Asiasta on viestittävä mieluummin liikaa kuin liian vähän. (Haarma ym. 2011, 857-858.)

4 PALVELUN LAADUN KOKEMINEN

4.1 Palvelut

Palvelut ovat monimutkaisia, sillä ne rakentuvat prosesseista, joissa tuotantoa ja kulu-
tusta ei täysin voi erottaa toisistaan ja joissa myös asiakas usein osallistuu tuotanto-
prosessiin. Tavaroidella on fyysisiä ominaisuuksia, joita voi arvioida ja joilla on suuri
rooli laatukäsityksen muodostumisessa. Palveluja sen sijaan ei ole olemassakaan en-
nen kuin ne kulutetaan. Palvelun ominaisuudet syntyvät samanaikaisesti tapahtuvien
tuotanto- ja kulutusprosessien aikana. Tämän takia palvelujen laatua on hankalampi
määritellä. Grönroosin (2009, 99) mukaan alan kirjallisuudessa todetaan, että laatu on
”mitä tahansa asiakkaat kokevat sen olevan”. (Grönroos 2009, 98-99.)

Asiakaspalvelu puolestaan on toimintaa. Sen tarkoituksena on auttaa ja opastaa asia-
kasta. Kilpailijoita parempi asiakaspalvelu onkin tapa erottua ja tuottaa asiakkaalle li-
sääarvoa. Hyvän asiakaspalvelun merkitys on erittäin suuri aloilla, joilla tuotteet tai pal-
velut ovat hyvin samanlaisia, esimerkiksi isännöintialalla. (Bergström & Leppänen
2009, 180.)

4.2 Laatu

Laatua pidetään usein yhtenä menestyksen avaintekijänä. Yrityksen kilpailuedun sa-
notaan riippuvan sen tarjoamien tuotteiden ja palvelujen laadusta ja arvosta. Tärkeää
on selvittää, kumpi laadun ulottuvuuksista on kokonaislaadun kannalta tärkeämpi;
”mitä” vai ”miten”. Yrityksissä keskitytään liian usein vain teknisen laadun ulottu-
vuuteen (mitä). Teknisen laadun strategia on kuitenkin menestyksekkäs ainoastaan, jos
yritys keksii sellaisen teknisen ratkaisun, johon kilpailijat eivät pysty vastaamaan. Toi-
sin sanoen yrityksen on kehitettävä palvelu tai tuote, joka poikkeaa kilpailijoiden tar-
jonnasta. Nykymaailmassa tämä on kuitenkin erittäin harvinaista ja yritykset yltävät
keskenään lähes samanlaiseen tekniseen laatuun. Tällöin esiin astuu palvelustrategia,
jonka lähtökohtana on palveluprosessien ja -tapaamisten parantaminen. Toiminnalli-
sen laadun kehittäminen saattaa lisätä asiakkaiden kokemaa arvoa ja auttaa näin yri-

tystä kilpailutilanteessa. Avaimena on siis parempien palvelujen tuottaminen korostamalla toiminnallista laatua, eli sitä, miten palvelut asiakkaalle toimitetaan. (Grönroos 2009, 104.)

Tekninen laatu on yleensä hyvän laadun edellytys, sillä asiakkaille toki merkitsee eniten, millaisia palveluita on saatavilla. Teknisen laadun on oltava hyväksyttävä, mutta se ei takaa, että palvelua pidetään laadukkaana. Myös toiminnallisen laadun on oltava hyvä. Kun kilpailevilla yrityksillä on saman tasoinen tekninen laatu, toiminnallinen laatu ratkaisee. Laadun ollessa erittäin tärkeässä asemassa kilpailutilanteissa myös pienemmät yritykset pystyvät nousemaan kilpailuun mukaan esimerkiksi suuria ketjuja vastaan kilpailemalla vaikka hintojen sijaan laadulla. (Grönroos 2009, 104.)

4.3 Laadun kokeminen

Asiakkaiden kokema palvelun laatu voidaan jakaa pohjimmiltaan kahteen ulottuvuuteen. Nämä ulottuvuudet ovat tekninen ja toiminnallinen ulottuvuus. Tekninen eli lopputulosulottuvuus vastaa kysymykseen ”mitä” – mitä asiakas saa vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa. Tällä on suuri merkitys palvelun laatua arvioitaessa. Vastoin liian yleistä uskomusta, tekninen ulottuvuus ei kuitenkaan vastaa palvelun kokonaislaatua, vaan kyseessä on vain yksi laadun ulottuvuus. (Grönroos 2009, 101.)

Toiminnallinen eli prosessitulottuvuus vastaa kysymykseen ”miten” – millä tavalla lopputulos toimitetaan asiakkaalle. Tähän liittyy esimerkiksi palvelun saatavuus ja palveluhenkilökunnan ystävällisyys. Tämä toinen laadun ulottuvuus liittyy vahvasti muun muassa palvelun tarjoajan toimintaan ja siksi sitä kutsutaankin toiminnalliseksi ulottuvuudeksi. (Grönroos 2009, 101-102.)

Kahden perusulottuvuuden lisäksi asiakkaiden kokemaan palvelun laatuun vaikuttaa olennaisesti yrityksen imago. Jos asiakkaalla on myönteinen kuva yrityksestä, hän antaa luultavasti pienet virheet anteeksi. Jos virheitä sattuu usein, imago kärsii ja imagon muuttuessa kielteiseksi jokainen virhe vaikuttaa enemmän. (Grönroos 2009, 102.)

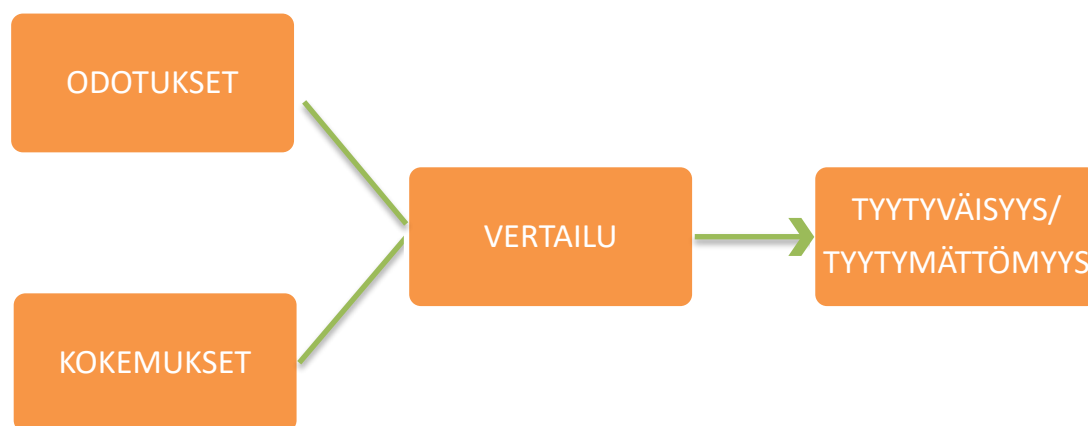
5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

5.1 Määritelmä

Taloussanomien (2015) mukaan asiakastyytyväisyys on tie menestykseen. Määriteltynä asiakastyytyväisyys tarkoittaa sitä, kuinka hyvin yritys on onnistunut vastaamaan asiakkaiden odotuksiin tai ylittämään ne (E-economicin www-sivut 2015). Artikkeleissa mainitaan myös, että tyytyväiset asiakkaat ovat yrityksen elinehto, mikäli se haluaa menestyä. Siksi on tärkeä keskittyä asiakaskokemukseen ja pyrkiä kehittämään sitä. Asiakaspalvelu, palvelun laatu ja palveluodotukset ovat suorassa yhteydessä asiakastyytyväisyyteen. (Taloussanomien www-sivut 2015.)

5.2 Mittaaminen

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen auttaa ymmärtämään asiakkaan vaatimuksia, paljastaa korjausta vaativia asioita ja osoittaa ne tekijät, joista onnistunut yhteistyö asiakkaan kanssa riippuu. Asiakastyytyväisyyden mittauksessa noudatetaan usein perinteistä kaavaa, jossa odotuksia ja kokemuksia vertaamalla saadaan selville asiakkaan tyytyväisyyden tila. (Lotti 2001, 67-71.)



Kuvio 1. Asiakastyytyväisyydsmittauksen rakenne (Lotti 2001, 71).

6 SERVQUAL – MENETELMÄ

SERVQUAL on menetelmä, jota käyttämällä voidaan mitata asiakkaiden kokemuksia palvelun laadusta. Menetelmä syntyi, kun tutkijat Berry, Parasuraman ja Zeithaml 1980-luvulla alkoivat tutkia palvelun laadun osatekijöitä ja sitä, miten asiakkaat arvioivat kokemaansa palvelun laatua. Tutkimustulosten perusteella saatiin lista kymmenestä tekijästä, jotka kuvaavat ihmisten palvelun kokemista. Tutkimuksen tulokset painottuvat toiminnalliseen laatuun ja korostavat kyseisen ulottuvuuden merkitystä. (Grönroos 2009, 114-116.) Tutkimuksessa ilmenneet kymmenen tekijää avataan seuraavissa alaluvuissa.

6.1 Luotettavuus

Luotettavuus tarkoittaa sitä, että yritys toimii johdonmukaisesti ja luotettavasti sovitulla tavalla. Asiakkaan laadunkokemisen kannalta on tärkeää, että yritys tekee palvelun ensimmäisellä kerralla oikein ja hoitaa muut asiakkuuteen liittyvät seikat moitteettomasti (Grönroos 2009, 114). Luottamus on ansaittava ja on oltava saadun luottamuksen arvoinen. Luottamuksen ansaitseminen edellyttää sitä, että yritys osoittaa vilpittöntä kiinnostusta asiakasta kohtaan ja haluaa olla luottamuksen arvoinen. Pienetkin eleet voivat vaikuttaa merkittävästi luottamuksen syntymiseen. Esimerkiksi tiedustelut asiakkaan tilanteesta tai tarpeista saattaa osoittaa yrityksen välittävän asiakkaasta ja näin kasvattaa luottamusta. Luottamus ei synny ilman työtä, vaan se on tulos ajan myötä kertyvistä kokemuksista. (Galford, Green & Maister 2012, 42-48.)

6.2 Reagointialttius

Reagointialttius liittyy vahvasti työntekijöiden haluun ja valmiuteen palvella asiakasta. Tärkeitä osatekijöitä tässä ovat muun muassa palvelun tapahtuminen ajallaan ja se, että tärkeitä papereita ja yhteydenottoja ei viivytellä. Ihmiset haluavat myös säästää aikaansa ja saada asiansa hoidettua mahdollisimman vaivattomasti, joten myös palvelun nopeus on ratkaisevassa asemassa. Odottaminen ei tuo asiakkaalle lisäarvoa. Sen sijaan se ärsyttää asiakasta ja tuhlaa hänen aikaansa. Odottaminen johtuu siitä, että jokin

asia hidastaa palvelua. Se voi olla esimerkiksi liian monet välikädet ja -vaiheet palvelupuolessa. Ongelma ei aina ole resurssipulassa. Ratkaisuna palvelun nopeuttamiseen voi olla asioiden uudenlainen priorisointi tai odotusajan lyhentäminen välivaiheiden välillä, mikä taas lyhentää asiakkaan kokonaisodotusta. Palvelun nopeuttaminen ei kuitenkaan tarkoita sitä, että asioita voidaan tehdä huolimattomasti. (Grönroos 2009, sivu 114, Junnila & Jylhä 2012.)

6.3 Pätevyys

Pätevyys merkitsee sitä, että tarvittavat tiedot ja taidot ovat hallinnassa, toisin sanoen: palvelu on ammattitaitoista. Tämä koskee yrityksen kaikkien työntekijöiden tietoja ja taitoja. Ammattitaito koostuu koulutuksesta, kokemuksen mukanaan tuomista tiedoista ja taidoista sekä työkokemuksesta. Sen ylläpito edellyttää jatkuvaa oppimista ja kun ammattitaito on turvattu, yrityksen menestys rakentuu osaamiseen. Tällä on suuri merkitys, sillä asiakaskokemuksen kannalta erittäin tärkeää on se, että myös asiakas kokee saavansa ammattitaitoista ja osaavaa palvelua. Sen on välityttävä asiakkaalle, joten osaamisen ja ammattitaidon tulee näkyä yrityksen toiminnassa ja asiakaskohtamisissa, ei ainoastaan esimerkiksi paperilla. (Grönroos 2009, 114, Talentian www-sivut 2016.)

6.4 Saavutettavuus

Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että asiakas voi helposti ottaa yhteyttä yritykseen esimerkiksi puhelimitse. Saavutettavuus on yhteydessä myös sopiviin aukioloaikoihin ja palvelupisteen sopivaan sijaintiin. Lisäksi esimerkiksi hyvät ja toimivat verkkosivut ovat nykypäivänä osa yrityksen saavutettavuutta. Hyviltä verkkosivuilta löytää yrityksen yhteystiedot ja muita tarvittavia tietoja helposti, mikä säästää asiakkaan aikaa, kun tämän ei tarvitse etsiä tietoja muualta. Saavutettavuus käsittää myös esteettömyyden. Esteettömyys tarkoittaa sitä, että liikkumista ja esimerkiksi kommunikointia haittaavat esteet on poistettu. Esteettömyys on erilaisuuden huomioon ottamista. Esimerkiksi kerrostalossa sijaitsevan liikehuoneiston esteettömyyttä edesauttaa hissi, joka mahdollistaa vaikkapa pyörätuolilla liikkuvien pääsyn yritykseen. (Grönroos 2009, 115, Invalidiliiton www-sivut 2016.)

6.5 Kohteliaisuus

Kohteliaisuus merkitsee kokonaisuudessaan ystävällistä palvelua ja hyvää palveluasennetta. Asiakasta tulee aina kohdella luontevasti ja hienotunteisesti. Joskus kuitenkin liiallinen ystävällisyys voi olla vahingollista. Esimerkiksi liikuntarajoitteinen asiakas voi kokea liiallisen auttamisen kiusalliseksi. Joskus on kohteliasta kysyä, onko apu tarpeen ennen kuin säntää auttamaan. Kohteliaaseen ja ystävälliseen palveluun kuuluu se, ettei asiakkaan kanssa ala väitellä tai kinastella, häntä ei nolata eikä arvostella eikä kommunikoinnissa mennä henkilökohtaisuuksiin. Ystävällinen palvelu myös toimii asiakkaan aloittamassa hengessä tilanteen mukaan. Mikäli asiakas haluaa hoitaa asiansa kuiskaten, asiakaspalvelijan on hyvä mukautua tilanteeseen ja kuiskata takaisin. Ystävällinen palvelu on erittäin suuressa asemassa asiakkaan palvelukokemuksen muodostumisen kannalta. Jos palvelu on työkeää ja epäkunnioittavaa, saattaa käydä niin, että millään muulla osatekijällä ei enää olekaan merkitystä ja yleinen kokemus palvelusta muuttuu negatiiviseksi. Työkeä palvelu saattaa helposti tuntua myös henkilökohtaiselta ja voi herättää negatiivisia tunteita asiakkaassa. Kohteliaisuuteen liittyy myös asiakaspalvelijan ulkoinen siisti olemus. (Grönroos 2009, 115; Pitkänen 2006, 45-46.)

6.6 Viestintä

Viestintä tarkoittaa vuorovaikutusta asiakkaan ja yrityksen välillä. Siihen liittyy sekä ymmärrettävä viestintä asiakkaiden suuntaan, että asiakkaiden kuunteleminen. Viestintä tarkoittaa asiakassuhteessa ennen kaikkea sitä, että palvelujen sisältö ja hinta selitetään asiakkaille. Asianmukaisella viestinnällä asiakkaat saadaan myös vakuutuneeksi siitä, että esiintyvät ongelmat hoidetaan. Kun viestintää suunnitellaan, yrityksen kannattaa asettaa itsensä asiakkaan asemaan ja nähdä tilanne hänen näkökulmastaan. Tällöin on tärkeää muistaa esimerkiksi se, etteivät asiakkaat pääsääntöisesti ymmärrä ammattikieltä ja erikoissanastoa, vaan he kaipaavat ymmärrettäviä viestejä heille mieluisilla tavoilla. (Grönroos 2009, 115, Lehtonen, Pesonen & Toskala 2002, 70.) Myös se, että viestintä on riittävää ja tiedonvälityksen kanavat toimivia, voidaan sisällyttää viestinnän osa-alueeseen.

6.7 Uskottavuus

Uskottavuus tarkoittaa luotettavuutta ja rehellisyyttä yrityksen suunnalta. Yrityksen maine on erittäin suuressa asemassa uskottavuuskysymyksessä. Maine muodostuu muun muassa siitä, miten yritys arvostaa asiakkaitaan, työntekijöitään ja liikekumppaneitaan. Asiakaspalvelulla sanotaan olevan voimakkain vaikutus maineeseen. Myös muu ”suora kosketus” asiakkaisiin vaikuttaa maineeseen. Näiden lisäksi epäsuorat tavat, kuten markkinointi ja mainonta vaikuttavat siihen. Samoin media, myös sosiaalinen media vaikuttaa maineeseen ja luo yrityksestä sellaisen käsityksen, johon yrityksen on vaikea itse vaikuttaa. Verkkosivut nousevat esille myös yrityksen uskottavuuskysymyksessä. Nykypäivänä on epäilyttävää, mikäli jollain yrityksellä ei ole verkkosivuja. Hyvät, avoimet verkko-sivut yhteystietoineen tuovat uskottavuutta yritykselle. Yritys pystyy merkittävästi vaikuttamaan uskottavuuteensa ja maineeseensa omalla toiminnallaan. Hyvä yrityskuva tukee asiakastyytyväisyyttä ja hyvä maine voi pelastaa yrityksen monesta tilanteesta. (Grönroos 2009, 115; Huhtakangas 2011; Lotti 2001, 75-76.)

6.8 Turvallisuus

Turvallisuus tarkoittaa sitä, että yritys luo toiminnallaan asiakkaalle turvallisuuden tunteen ja poistaa vaarojen, riskien ja epäilysten tunnetta. Turvallisuuden osa-alue koskee sekä fyysistä, että taloudellista turvallisuutta. (Grönroos 2009, 115.) Taloudelliseen turvallisuuteen liittyy muun muassa asiakkaan varojen turvaaminen, asiakkaiden varojen erottelu yrityksen varoista sekä luotettavien ja hyvien pankkien hyödyntäminen. Taloudellinen turvallisuus tarkoittaa siis sitä, ettei asiakkaalle koidu taloudellista vahinkoa yrityksen kanssa asioinnin seurauksena. Fyysinen turvallisuus tarkoittaa esimerkiksi sitä, että asiointi yrityksen kanssa on häiriötöntä eikä fyysistä vaaraa koidu asiakkaalle. Tähän voidaan liittää esimerkiksi valvonta ja vartiointi. (Admiral Markets:n www-sivut 2016; Valtiovarainministeriön www-sivut 2009.)

6.9 Asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen

Asiakkaan ymmärtämisen ja tuntemisen osa-alue tarkoittaa sitä, että yritys pyrkii aidosti ymmärtämään asiakasta ja hänen tarpeitaan. Tähän liittyy muun muassa asiakkaiden erityistarpeiden selvittäminen ja yksilöllinen kohtelevminen. Asiakkaan näkökulman ymmärtäminen, eli empatia on yksi merkittävimmistä laadun kokemisen tekijöistä. Se miltä asiakkaasta tuntuu ja miten hän näkee asiat, on asiakkaan totuus, jonka perusteella hän tekee ratkaisunsa. Palvelun muuttumista massatuotannoksi tulisi välttää, sillä koettuun palvelun laatuun vaikuttaa esimerkiksi se, kuinka yksilöllistä ja kohdistettua palvelua asiakas saa. On tärkeää oppia tuntemaan asiakkaan tarpeet, motiivit, ajattelutapa sekä arvot. (Grönroos 2009, 115; Lehtonen ym. 2002, 59-60.)

6.10 Fyysinen ympäristö

Fyysinen ympäristö koskee palvelun fyysisiä tekijöitä. Näihin kuuluvat esimerkiksi palveluntarjoajan fyysinen ympäristö, eli esimerkiksi se, miltä liiketilat tai muut palvelun tuottamiseen ja tarjoamiseen liittyvät tilat näyttävät tai kuinka viihtyisiä, toimia tai siistejä ne ovat. Fyysiseen ympäristöön liittyy myös työntekijöiden ulkoinen olemus. Myös palvelussa apuna käytettävät koneet ja muut apuvälineet kuuluvat fyysiseen ympäristöön ja vaikuttavat asiakkaan kokemaan laatuun. Esimerkiksi nykyaikaiset laitteistot tukevat positiivisesti fyysistä ympäristöä verrattuna vanhan teknologian suorituskvyylytään heikompiin laitteisiin. (Grönroos 2009, 115.)

6.11 Menetelmän lopullinen muoto

Myöhemmin tehtyjen tutkimusten perusteella SERVQUAL – menetelmän palvelun laadun kymmenen osa-alueita on karsittu viiteen osa-alueeseen. Osa-alueista fyysinen ympäristö, luotettavuus ja reagoitavuus pysyvät ennallaan. Pätevyys, kohteliaisuus, uskottavuus ja turvallisuus yhdistyvät ulottuvuudeksi nimeltä vakuuttavuus. Saavutettavuus, viestintä sekä asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen yhdistyvät ulottuvuudeksi nimeltä empatia (Ylikoski 1999, 96.)

Lopulliset viisi palvelun laadun ulottuvuutta ovat siis konkreettinen ympäristö, luotettavuus, reagointialttius, vakuuttavuus sekä empatia.

Grönroosin (2009, 116) mukaan SERVQUAL- mittarin käyttö on ollut jonkin verran kiistan alaista, sillä sen osa-alueiden on todettu koskevan hyvin erilaisia palveluja. Kaikki osa-alueet eivät sovi joka tilanteeseen, sillä palvelut ovat keskenään hyvin erilaisia. Tämän takia menetelmää tulisi soveltaa harkitusti ja sen osa-alueita tulisi miettiä etukäteen ja tarpeen mukaan joko lisätä, tai poistaa niistä jotain. Menetelmää soveltamalla saadaan palvelun laadun osatekijät mukautettua jokaiseen tilanteeseen sopivaksi. (Grönroos 2009, 116-117.)

7 TUTKIMUSLOMAKE

7.1 Yleistä

Tutkimuslomaketta laadittaessa on oltava huolellinen, sillä onnistuneesti laaditut kysymykset ovat perusta tutkimuksen onnistumiselle. Huolimattomasti laadittu lomake aiheuttaa helposti väärinymmärryksiä ja näin vääristää tutkimuksen tuloksia. Vaikka kyselylomakkeen käyttöä tutkimusmetodinä onkin kritisoitu, on se hyvin tehtynä ja suunnattuna erittäin hyvä tapa tiedon keräämiseen. Lomakkeen laatiminen sisältää useita eri vaiheita. Nämä ovat tutkittavien asioiden nimeäminen, lomakkeen rakenteen suunnittelu, kysymysten muotoilu, lomakkeen testaus, lomakkeen rakenteen ja kysymysten korjaaminen ja lopullinen lomake. (Valli 2015, 42.)

7.2 Lomakkeen laatiminen ja rakenne

Kyselylomakkeen laadinnassa on tärkeää huomioida sen pituus. Tärkeää on, että vastaajan mielenkiinto säilyy loppuun saakka. Liian pitkä lomake saattaa vaikuttaa vastaajaan esimerkiksi siten, että hän jättää vastaamatta, tai vastaa huolimattomasti. Lomakkeen laadinnassa tärkeää on myös ulkoasu. Lomakkeen tulee olla selkeä ja miel-

lyttävän näköinen, jotta sitä olisi miellyttävää täyttää. Samaa aihetta koskevat kysymykset on hyvä ryhmitellä kokonaisuuksiksi ja sijoittaa ne selkeiden otsikoiden alle. Tämä tukee lomakkeen loogisuutta. Kyselylomakkeen laadinnassa on tärkeää miettiä, miten vastauksia tullaan käsittelemään ja miten ne ovat helpoiten koodattavissa. Valmiit vastausvaihtoehdot on syytä esimerkiksi numeroida. Näin niitä on helpompi myöhemmin käsitellä. (Heikkilä 2014, 46-47; Valli 2015, 43.)

7.3 Strukturoidut kysymykset

Strukturoiduissa kysymyksissä on annettu valmiit vastausvaihtoehdot, joista valitaan sopivin esimerkiksi rastittamalla. Strukturoiduissa kysymyksissä kaikille vastaajille on löydyttävä sopiva vaihtoehto. Kysymysten hyviä puolia ovat esimerkiksi saatujen vastausten suhteellisen helppo vertailu, sekä nopea analysointi. Myös kysymykseen vastaaminen on helpompaa, sillä vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi, eikä vastaajan tarvitse itse miettiä mahdollisia vastauksia. Strukturoitujen kysymysten haittapuolia ovat esimerkiksi se, että vastauksia saatetaan antaa harkitsematta ja mahdollisesti käytettävä ”en osaa sanoa” -vaihtoehto voi houkuttaa useita vastaajia. Kyselylomakkeen onnistumisen kannalta on tärkeää, että strukturoitujen kysymysten vastausvaihtoehdot ovat tyhjentäviä. Tämä tarkoittaa sitä, että jokaisen tapauksen on sovittava johonkin luokkaan. Tämän takia esimerkiksi ”en osaa sanoa” vaihtoehdon käyttö kannattaa ottaa harkintaan. Eos-vaihtoehdon käyttämistä mietittäessä on syytä pohtia, sijoitetaanko vaihtoehto vastausvaihtoehtojen joukkoon vai jätetäänkö se vastausvaihtoehtojen ulkopuolelle omaksi osakseen. Vastausvaihtoehtojen on myös oltava toisensa poissulkevia ja sisällöllisesti mielekkäitä. (Heikkilä 2014, 49; Mv. Helsingin [www-sivut](#) 2015.)

7.4 Avoimet kysymykset

Avoimia kysymyksiä käytetään pääsääntöisesti kvalitatiivisissa, eli laadullisissa tutkimuksissa. Myös kysely- ja haastattelututkimuksissa käytetään usein joitakin avoimia kysymyksiä. Kysymyksissä vastausvaihtoehtoja ei anneta valmiiksi, vaan vastaaja ilmaisee mielipiteensä omin sanoin, eikä hänen valintamahdollisuuksiaan rajoiteta millään tavalla. Avoimien kysymysten hyvä puoli on se, että tietoa saadaan hieman pintaa

syvemmltä, ja esiin voi tulla sellaisia asioita, joita kyselylomakkeessa ei muuten huomioida. Avoimien kysymysten huono puoli on se, että suurten vastausmäärien analysointi on melko työlästä ja hankalaa. (Mv. Helsingin www-sivut 2015.) Toinen avoimien kysymysten huono puoli on, että niihin jätetään helposti vastaamatta, tai vastaus ei liity kysyttyyn kysymykseen, jolloin tulos ei palvele tarkoitusta. (Heikkilä 2014, 47-48; Valli 2015, 71.)

Avoimia kysymyksiä voidaan käyttää täydentämään strukturoitujen kysymysten vastauksia. Tällöin voidaan saada esimerkiksi selville, miksi vastaaja valitsi tietyn vastausvaihtoehdon. Yhdistelemällä kyselylomakkeessa avoimia ja strukturoituja kysymyksiä lomakkeesta saadaan kattavampi ja monipuolisempi. (Mv. Helsingin www-sivut 2015.)

7.5 Tärkeää lomakkeen rakenteesta ja sisällöstä

Kyselylomaketta laadittaessa on tärkeää ottaa huomioon muutamia seikkoja, jotka vaikuttavat lomakkeen onnistumiseen. Hyvä lomake on edellytys onnistuneelle tutkimukselle, sillä kysymyksiä ei voi parannella eikä muuttaa enää tiedonkeruun jälkeen. (Heikkilä 2014, 46.)

Yksi ehkä tärkeimmistä nyrkkisäännöistä kyselylomaketta laadittaessa on kysyä vain yhtä asiaa kerrallaan. Jos yhdessä kysymyksessä kysytään useampaa asiaa, vastaaja jää miettimään, kumpaan kysymykseen kuuluu vastata ja saattaa antaa vahingossa virheellistä tietoa. Esimerkkinä virheellisestä kysymyksestä voisi olla esimerkiksi väitelause ”Palvelu on ystävällistä ja asiantuntevaa”. Tällainen väite on ongelmallinen, sillä palvelu voi olla erittäin ystävällistä, mutta asiakaspalvelijalla ei ole tietoa tai asiantuntemusta aiheesta. Sama tilanne voi olla myös toisin päin. Palvelu voi olla erittäin asiantuntevaa, mutta esimerkiksi työkeää ja epäkohteliasta. Tällaisessa tilanteessa vastaajan on erittäin vaikea, ellei mahdoton vastata kysymykseen. (Mv. Helsingin www-sivut 2015.)

Kysymykset on syytä sijoittaa lomakkeessa loogiseen järjestykseen. Samassa kyselylomakkeessa voi olla sisällöllisesti hyvin erilaisia asioita, mutta samaa aihetta käsittelevät kysymykset on sijoitettava lomakkeessa peräkkäin. Sama koskee aihealueesta toiseen siirtymistä. Kysymysten järjestystä suunniteltaessa on hyvä sijoittaa helpot niin sanotut ”lämmittelykysymykset”, esimerkiksi taustatiedot, lomakkeet alkuun. Vaikeammat, arkaluontoiset kysymykset taas kannattaa sijoittaa lomakkeen loppuun. (Valli 2015, 43.)

Lomakkeeseen kannattaa aina merkitä selkeät ja yksityiskohtaiset vastausohjeet. Niitä kannattaa käyttää sekä yksittäisten kysymysten kohdalla, että lomakkeen alussa. Tällaisia ohjeita voivat olla esimerkiksi: ”Rengasta sopivin vaihtoehto” tai ”kirjoita vastauksesi sille varattuun tilaan”. Kaikkia kysymyksiä ei myöskään ole aina tarkoitus kysyä kaikilta vastaajilta. Tällöin tiettyyn kysymykseen vastaava joukko on ilmoitettava selkeästi lomakkeeseen tehtävin merkein tai sanallisin huomautuksin. (Valli 2015, 43.)

7.6 Vastausasteikot

Likertin asteikko on mielipideväittämissä käytetty vastausasteikko. Se on normaalisti neljä- tai viisiportainen. Sen toisena ääripäänä on usein ”täysin eri mieltä” -vaihtoehto ja toisena ”täysin samaa mieltä” -vaihtoehto ja kysymys on kuten jo mainittiin, väittämämuotoinen, esimerkiksi ”Palvelu on ystävällistä”. Asteikolta vastaaja valitsee parhaiten omaan käsitykseensä sopivan vaihtoehdon. (Heikkilä 2014, 51-52.)

Osgoodin asteikkoa käytetään myös mielipideväittämissä ja se on usein 5- tai 7-portainen. Asteikon ääripäinä ovat vastakkaiset adjektiivit. Vastausvaihtoehdot voidaan numeroida joko niin, että negatiivisen ääripään arvot ovat miinusmerkkisiä ja positiivisen ääripään plusmerkkisiä. Numeroinnissa voidaan käyttää myös ainoastaan positiivisia lukuja esimerkiksi 1-5 tai 1-7. Asteikon esittäminen graafisesti on myös mahdollista, silloin asiakas merkitsee oman vaihtoehdonsa sopivaan kohtaan janaa. Tällöin kuitenkin vastausten syöttäminen hankaloituu. (Heikkilä 2014, 52.)

Pohdin pitkään, kumpaan vastausasteikon malliin tutkimuksessa käyttämäni vastausasteikko sopii. Tulin siihen tulokseen, että tämän tutkimuksen vastausasteikko vastaa enemmän osgoodin asteikon tunnusmerkkejä, sillä vastausvaihtoehtojen ääripäänä ovat pääsääntöisesti vastakkaiset adjektiivit; ”erittäin huono” ja ”erittäin hyvä” tai ”täysin” ja ”ei lainkaan”. Vastaajille ei kuitenkaan ole esitetty varsinaisia väittämiä, vaan heidän on pyydetty arvioimaan eri osa-alueita.

8 TUTKIMUSMENETELMÄ JA OTANTA

8.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Tutkimusmenetelmänä tässä työssä on käytetty kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käytettäessä tietoja tarkastellaan numeerisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia tarkastellaan numeroiden avulla. Usein myös selvitetään asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavissa asioissa tapahtuvia muutoksia. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä selvitettyä olemassa oleva tilanne, mutta asioiden syitä ei pystytä selvittämään. Tutkimustieto saadaan numeerisena, jonka jälkeen se selitetään sanallisesti, esimerkiksi raportissa. Numeerisen tutkimustiedon saaminen esimerkiksi henkilöihin liittyvistä asioista, edellyttää sitä, että tutkittava asia muutetaan rakenteellisesti, eli se operationalisoidaan ja strukturoidaan. Operationalistointi tarkoittaa sitä, että teoria-tieto muutetaan arkikielelle ymmärrettävään muotoon. Strukturointi tarkoittaa sitä, että tutkittava asia vakioidaan esimerkiksi lomakkeen kysymyksiksi ja vastauksiksi, niin, että kaikki ymmärtävät ne samalla tavalla. Jokaiselle tutkittavalle muuttujalle annetaan arvo, joka ilmaistaan symboleina, kuten kirjaimina tai numeroina. (Heikkilä 2014, 15-16; Vilka 2007, 14-16; 14-15.)

Kvantitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä objektiivisuus. Tämä tarkoittaa sitä, että tuki ei vaikuta tutkimuksen lopputulokseen. Tulos on objektiivinen, kun se ei riipu tutkijasta. Tutkimukselle on tyypillistä myös suuret vastaajamäärät. Tutkimukseen tarvittavat tiedot voidaan hankkia erilaisista valmiista tilastoista, rekistereistä tai tieto-

kannoista. Tiedot voidaan myös kerätä itse ja usein käytetään kyselyä aineistonkeruumenetelmänä, kuten tässäkin tutkimuksessa on tehty. Kysely on siis määrällisen tutkimuksen mittari. Kyselyt ovat usein standardoituja valmiine vastausvaihtoehtoineen. Määrälliseen tutkimukseen kuuluu aina numeerinen havaintomatriisi, jossa aineisto on tiivistettynä ja valmiina analysoitavaksi. (Heikkilä 2014, 15-16; Tilastokeskuksen www-sivut 2016; Vilka 2007, 14-17; 13.)

8.2 Tutkimusetiikka

Hyvä tutkimus on aina eettisten käytäntöjen mukainen. Yksinkertaistettuna tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tavoitteet, kysymykset, aineiston säilytys ja käsittely sekä tulosten esittäminen eivät loukkaa kohderyhmää, tiedeyhteisöä eikä hyvää tieteellistä tapaa. Hyvään tieteelliseen tapaan sisältyy esimerkiksi yleinen huolellisuus ja tarkkuus, luottamuksellinen tiedon kerääminen ja käsittely sekä avoimuus tulosten julkaisemisessa. Tutkimusetiikan lisäksi on huomioitava voimassaoleva lainsäädäntö. (Vilka 2007, 90-91.)

Yksi merkittävä osa tutkimusetiikkaa on tutkimuksesta informointi, erityisesti etukäteen. Sen lisäksi, että tutkittavia informoidaan tutkimuksen aiheesta ja tavoitteista, on tärkeää informoida myös aineiston käsittelystä ja kohtalosta. Informointi on erittäin tärkeää, sillä se vaikuttaa siihen, saadaanko tutkimukseen tutkittavia. Lisäksi on tärkeää kertoa, kuka tai ketkä ovat tutkimuksesta vastuussa ja keneen voi ottaa yhteyttä lisätietojen saamiseksi. Tämä on informoinnin ehdottomin osa. (Kuula 2011, 99-101, 104.)

8.3 Tutkimuksen perusjoukko ja otanta

Tutkimuksen perusjoukolla tarkoitetaan kohdejoukkoa, josta tutkimuksessa halutaan tehdä päätelmiä. (Vilka 2007, 51.) Perusjoukko voi olla esimerkiksi määrätyn ikäiset tai määrättyssä paikassa asuvat henkilöt. Tämän tutkimuksen perusjoukko on toimeksiantajayrityksen asiakastaloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajat. Kokonaisuudessaan

heitä on 46 kappaletta. Perusjoukko valikoitui muun muassa siitä syystä, että toimeksiantajayritys toivoi tutkimuksen teetettäväksi kyseiselle joukolle. Hallitusten puheenjohtajilla on yleensä myös laajin käsitys isännöitsijän toiminnasta eri osa-alueilla.

Onnistuneen määrällisen tutkimuksen perusta on hyvin tehty otanta. Otannan tarkoituksena on saada laajasta perusjoukosta eräänlainen pienoismalli. (Valli 2015, 21.) Otantamenetelmät ovat kokonaisotanta, yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen otanta, ositettu otanta sekä ryväsotanta. Tässä tutkimuksessa on käytetty kokonaisotantaa, eli kyseessä on kokonaistutkimus. Kokonaisotanta ei varsinaisesti ole otantamenetelmä, sillä koko perusjoukko otetaan mukaan tutkimukseen, eikä varsinaista otantaa tapahdu. Kokonaisotantaa käytetään tavallisimmin pienissä tutkimusaineistoissa. (Vilka 2007, 52.)

Tämän tutkimuksen perusjoukon koko on melko pieni. Tämän takia mahdollisimman kattavan tuloksen saamiseksi kokonaisotanta on paras vaihtoehto tutkimuksen toteuttamiseen.

8.4 Tutkimuksen toteuttaminen

Teoriatietojen perusteella laadittu kirjekysely lähetettiin taloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajille 19.5.2016. Asiakastyytyväisyyskysely päätettiin toteuttaa postitse lähetettävänä kirjekyselynä, sillä toimeksiantaja toivoi niin. Tutkimuksen toteutustavan valitsemiseen vaikutti lisäksi se, että monet asiakasyhtiöiden hallitusten puheenjohtajista ovat sen verran iäkkäitä, ettei heillä välttämättä ole valmiuksia tai halua täyttää sähköistä kyselyä.

Kyselylomaketta (Liite 2) lähetettiin saatekirjeen (Liite 1) kanssa 46 kappaletta. Vastausaikaa annettiin kaksi viikkoa ja täytetty lomake pyydettiin palauttamaan valmiiksi maksetussa palautuskuoressa 6.6.2016 mennessä. Lomakkeita palautettiin 21 kappaletta, joten lopulliseksi vastausprosentiksi muodostui 46 prosenttia. Toimeksiantajayritys halusi pysyä tutkimuksessa nimettömänä, joten molemmista liitteistä yrityksen nimi poistettiin ja tilalle laitettiin ”yritys X”. Näin kunnioitettiin toimeksiantajan toivetta.

Täytetyistä lomakkeista koottiin Excelliin havaintomatriisi, eli taulukon muotoon tehty havaintoaineisto, jossa jokainen tutkimushenkilö vastaa yhtä riviä ja jokainen muuttuja yhtä saraketta. (Koskennurmi-Sivonen 2008.) Havaintomatriisin avulla saatiin koottua vastaukset yhteen ja muodostettua kokonaiskuva saaduista vastauksista.

8.5 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen kykyä mitata juuri sitä, mitä tutkimuksen on tarkoituskin mitata. Toisin sanoen kysymys on siitä, miten tutkija on onnistunut siirtämään käytetyn teorian ajatuskokonaisuuden ja käsitteet lomakkeeseen. Validiteettia arvioitaessa on huomioitava se, miten tutkija on onnistunut muuttamaan teoreettiset käsitteet arkikielelle, miten kysymysten ja vastausvaihtoehtojen sisältö on onnistunut (ymmärtävätkö tutkija ja tutkittava kysymykset samalla tavalla), miten valittu asteikko toimii sekä millaisia epätarkkuuksia mittariin sisältyy. (Vilka 2007, 150.)

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen luotettavuutta, eli kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Reliabiliteetti arvioi tulosten pysyvyyttä mittauksesta toiseen. Toisin sanoen kysymys on tutkimuksen toistettavuudesta. Reliabiliteettia arvioitaessa tulee huomioida otoskoko ja sen laatu, vastausprosentti, huolellisuus tietojen käsittelyssä ja syöttämisessä, sekä mahdolliset mittausvirheet, eli mittarin kyky mitata asioita kattavasti. (Valli 2015, 139; Vilka 2007, 149-150.)

Tässä tutkimuksessa validiteetti ja reliabiliteetti on varmistettu muun muassa erittäin huolellisella työllä. Aloin suunnitella lomaketta ollessani töissä yrityksessä. Silloin pääsin seuraamaan läheltä, millaiset asiakkaiden tiedot ovat alan asioista ja esimerkiksi termistöstä. Mietin paljon kysymysten sisältöä ja sopivia vastausvaihtoehtoja ja muutin useasti muun muassa kysymysmuotoja. Testautin lomakkeen muutamia alustavia versioita henkilöillä, joilla tiesin olevan erittäin vähän alan tietämystä sekä yrityksen henkilökunnalla, joilla taas on enemmän tietoa. Testausten jälkeen viimeistelin lomakkeen lopulliseen muotoonsa. Näin varmistettiin lomakkeen sisällön ymmärrettävyys. Lisäksi pyrin käyttämään vastausvaihtoehtoja, jotka kattavat mahdollisimman hyvin

kaikki mahdolliset vastaukset ja poissulkevat toisensa, jotta päällekkäiset vastausvaihtoehdot eivät aiheuttaisi vääristymiä tuloksessa. Käytin vastausasteikoissa myös vaihtoehtoa ”en osaa sanoa”, jotta niin sanottu ”vastauspakko” ei vääristäisi tutkimuksen tuloksia. EOS -vaihtoehto sijoitettiin varsinaisen vastausasteikon ulkopuolelle.

Tutkimuksen otoskokoa voidaan pitää riittävän laajana, sillä kaikki perusjoukon yksiköt tutkittiin. Vastausprosentti 46 prosenttia on myös riittävä. Tutkimus on myös toistettavissa, sillä voidaan olettaa, että jos täsmälleen sama tutkimus teetetään uudestaan, saadaan sama tulos.

9 TUTKIMUSTULOKSET

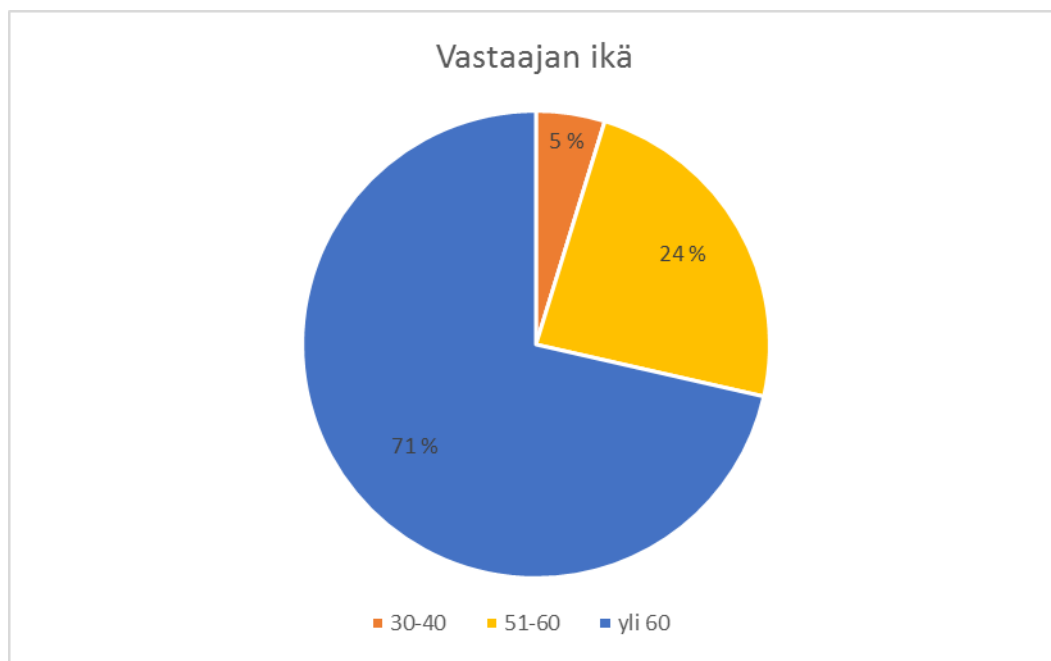
9.1 Tulosten käsittelystä

Kun tutkimuksen aineisto saatiin kerättyä, sitä alettiin käsitellä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineiston käsittely tarkoittaa sitä, että saatu aineisto tarkistetaan, tiedot syötetään tietokoneelle ja tallennetaan sellaiseen muotoon, että niitä voidaan käsitellä tilasto- ja taulukointiohjelmilla. (Vilkkä 2007, 106.) Kirjekyselyä tehtäessä saadut tiedot tallennetaan manuaalisesti havaintomatriisiin. Tässä kirjekyselytutkimuksessa kirjasin jokaisen täytetyn vastauslomakkeen tiedot manuaalisesti Exceliin.

Tutkimuksessa saatu tilastoaineisto voidaan kuvata useammallakin tavalla riippuen siitä, millaiseen tarkoitukseen esitys tehdään. Tulosten kuvaustapoina voidaan käyttää taulukkoa, graafista kuvaajaa tai tunnuslukuja. Näistä kolmesta sopivin vaihtoehto löytyy, kun tiedetään, millaista tietoa halutaan antaa. Mahdollisimman tarkan ja yksityiskohtaisen tiedon esittämiseen taulukko on paras vaihtoehto, sillä siihen mahtuu eniten tietoa. Graafinen kuvaaja antaa kokonaiskuvan aiheesta lukijaa säästäen, kun taas silloin, kun riittää mahdollisimman nopea ja pintapuolinen tieto, tunnusluvut ovat paras vaihtoehto. Tässä työssä tutkimustuloksia on avattu kirjallisesti, sekä esitetty graafisin kuvaajin ja yksinkertaistettu vielä tunnuslukuin. Tunnuslukuna työssä on käytetty aritmeettista keskiarvoa. Keskiarvon laskemisessa havaintoarvot jaetaan havaintojen lukumäärällä. (Valli 2015, 73-78.)

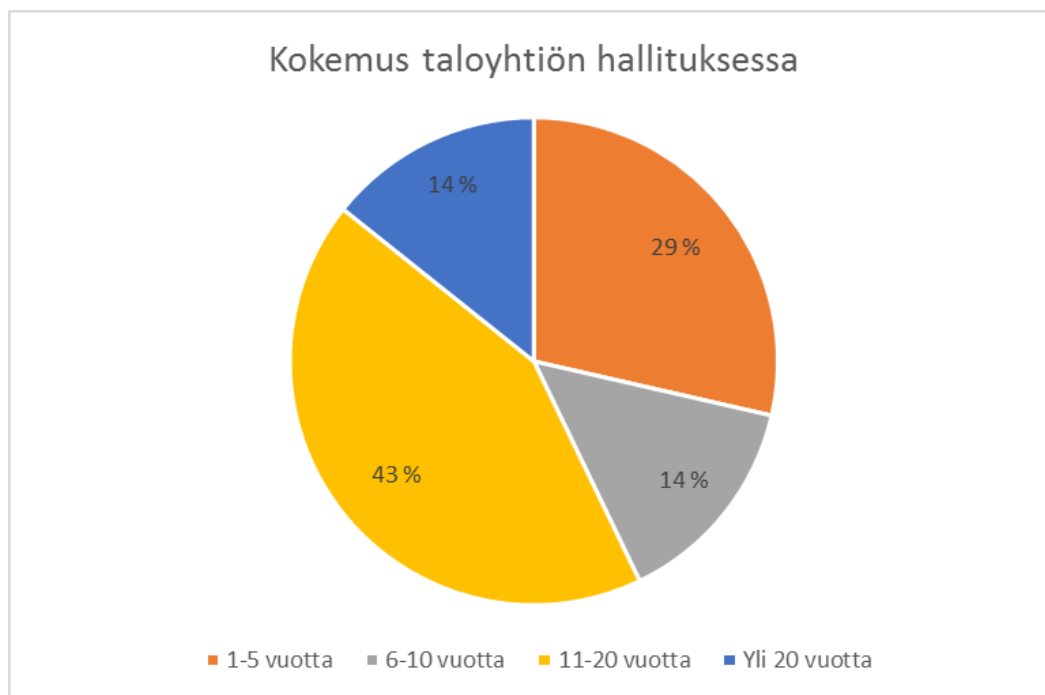
Kyselyssä oli myös avoimia kysymyksiä jokaisen osion lopussa, ja muutamien osioiden keskellä. Kysymyksiin saatiin vapaamuotoisia vastauksia. Kaikki avoimet palautteet on listattuna jokaisen osion lopussa suorina lainauksina.

9.2 Taustatiedot



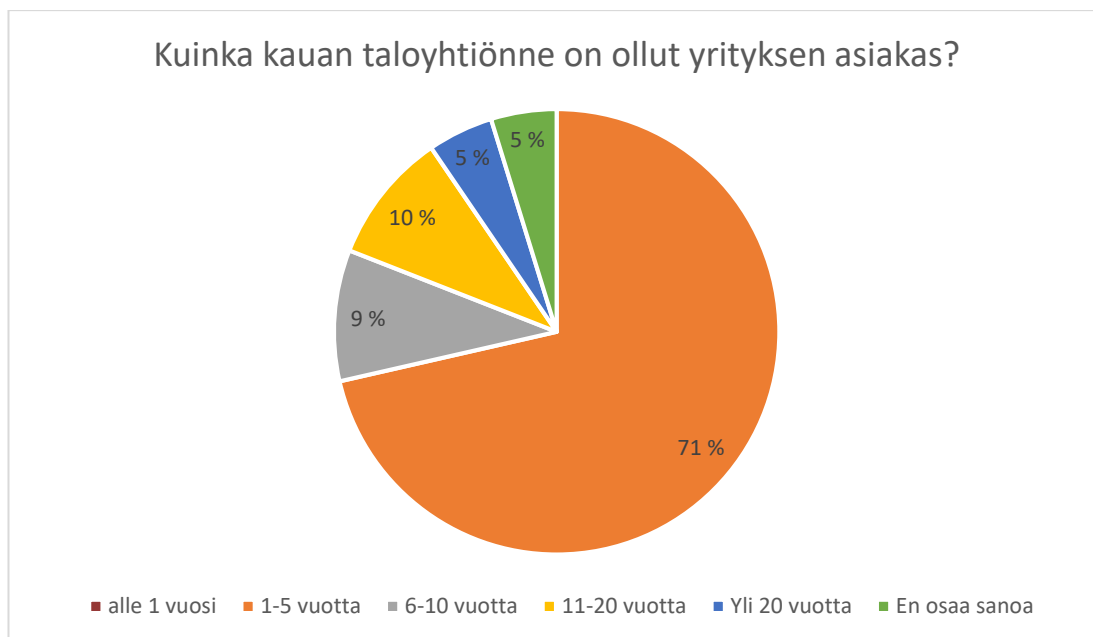
Kuvio 2. Vastaajan ikä.

Kyselyn 21 vastaajasta 95 prosenttia oli yli 50-vuotiaita. Yli 60-vuotiaita koko vastajamäärästä oli 71 prosenttia. Vain viisi prosenttia vastaajista jäi alle 50 ikävuoden. Tämä jakauma kertoo siitä, että valtaosa toimeksiantajan asiakastaloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajista on reilusti yli 50-vuotiaita, mikä oli jo ennen kyselyn teettämistä tiedossa. Mahdollisesti jakauma viestii myös siitä, että nuoremmat hallitusten puheenjohtajat eivät ole kiinnostuneita vastaamaan kyselyyn tai eivät koe kirjekyselyn täyttämistä mielekkääksi tavaksi kertoa mielipidettään.



Kuvio 3. Kokemus taloyhtiön hallituksessa.

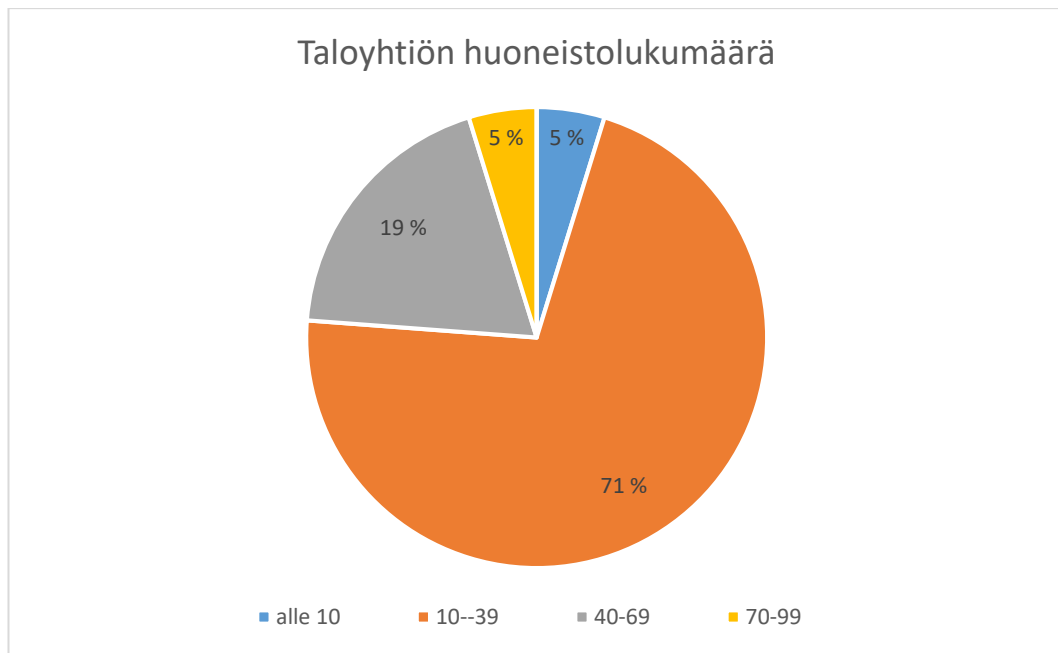
Vastaajien kokemus hallitustehtävistä aiheutti huomattavasti enemmän hajontaa. Suurin osa vastaajista (43%) on toiminut taloyhtiön hallituksessa 11-20 vuotta. Yli 20 vuotta hallitustehtävissä olleita oli vastaajista 14 prosenttia. Melko tuoreita, 1-5 vuotta hallituksessa toimineita, on vastaajista jopa 29 prosenttia.



Kuvio 4. Kauanko taloyhtiönne on ollut yrityksen asiakas?

Jopa 71 prosenttia vastanneista kertoi, että heidän taloyhtiönsä on ollut yrityksen asiakkaana 1-5 vuotta. Tämän ryhmän suuruus voi johtua siitä, että niinkin uusille asiakkaille yritys ja sen palvelut ovat uusia ja asiakkaalla on vertailukohteena kenties edellinen isännöintiyritys. Heillä on ehkä tuore näkemys paremmasta tai huonommasta riippuen siitä, kuinka edellinen isännöitsijä on toiminut ja tämän takia heillä on ehkä enemmän sanottavaa kuin vanhemmilla, jo yrityksen tapoihin ja palveluihin tottuneilla asiakkailla.

Loput vastauksista jakautuivat melko tasaisesti: 9 prosenttia vastasi, että heidän taloyhtiönsä on ollut yrityksen asiakkaana 6-10 vuotta, 10 prosenttia vastasi 11-20 vuotta ja viisi prosenttia yli 20 vuotta. Ainoastaan taloyhtiöistä, jotka ovat olleet alle vuoden yrityksen asiakkaana, ei tullut yhtään vastausta. Yksi vastaaja valitsi ”en osaa sanoa”-vaihtoehdon, mutta perusteli vastauksensa kirjoittaen, että asiakkuus on kestänyt ”käsittääkseni hyvin pitkään”. Kun kyselyyn on vastannut näinkin monen eri asiakkuuden vaiheen edustajia, saadaan monipuolisempaa tietoa asiakkaiden tyytyväisyyden tilasta.



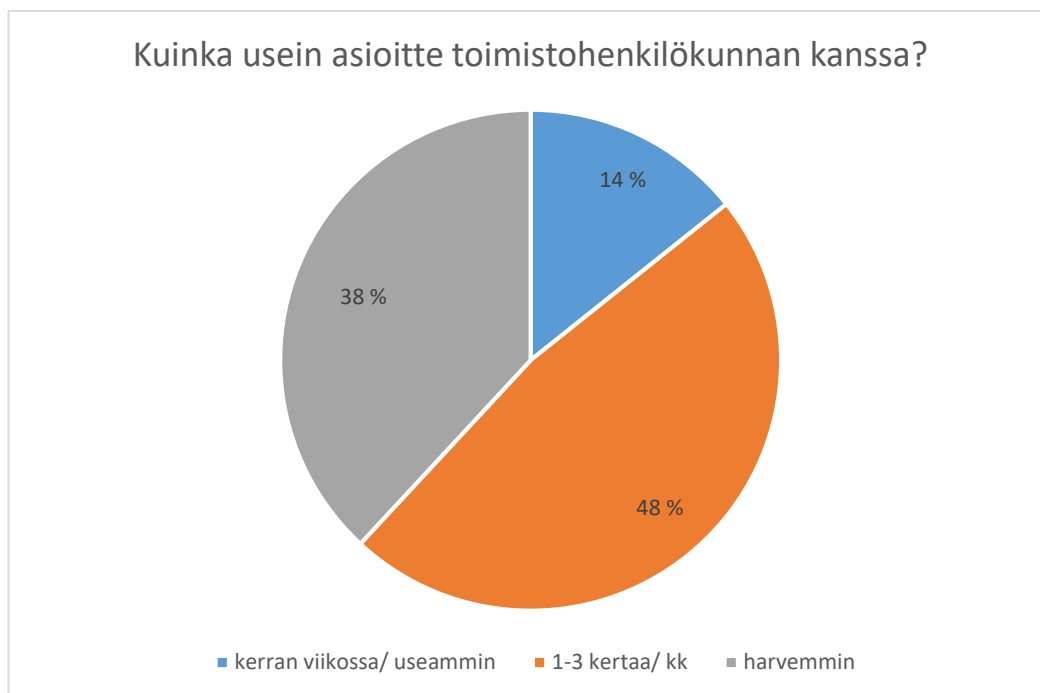
Kuvio 5. Taloyhtiön huoneistolukumäärä.



Kuvio 6. Asutteko omistamassanne huoneistossa?

Suurimmassa osassa vastaajien taloyhtiöitä on 10-39 huoneistoa. Erittäin pienten ja suurten taloyhtiöiden hallituksen puheenjohtajia oli vastaajista erittäin pieni määrä. Tässäkin osassa kuitenkin on saatu monen eri segmentin edustajan mielipiteitä yrityksen toiminnasta, mikä takaa mahdollisimman kattavat tutkimustulokset.

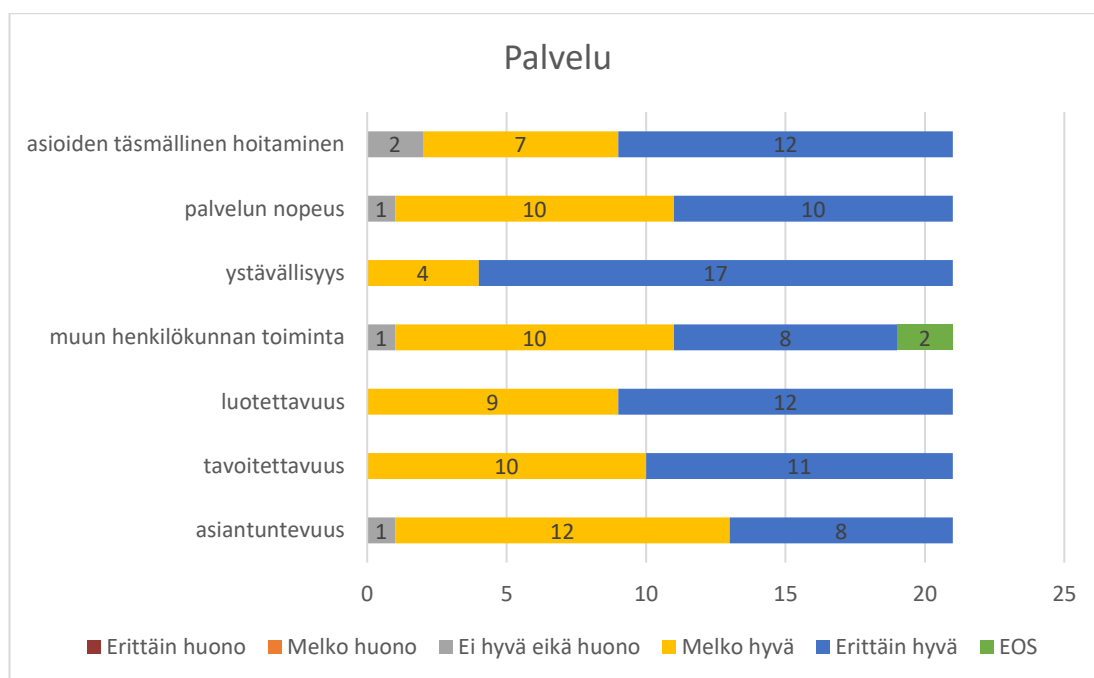
Vastaajista 86 prosenttia asuu omistamassaan huoneistossa. Tämä tarkoittaa sitä, että heillä on näkemys isännöitsijän toiminnasta myös asukkaan näkökulmasta.



Kuvio 7. Kuinka usein asioitte toimistohenkilökunnan kanssa?

Kyselyyn vastanneista vain 14 prosenttia asioi toimistohenkilökunnan kanssa viikoittain. 38 prosenttia vastanneista asioi harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Suurin osa vastanneista (48 %) asioi toimistohenkilökunnan kanssa 1-3 kertaa kuukaudessa.

9.3 Palvelu



Kuvio 8. Palvelu.

Palveluosiossa kysyttiin asiakkaiden mielipidettä asioiden täsmällisestä hoitamisesta, palvelun nopeudesta ja ystävällisyydestä, henkilökunnan toiminnasta sekä palvelun luotettavuudesta, tavoitettavuudesta ja asiantuntevuudesta. Palveluosion kysymykset peilaavat siihen, mitä asioita hyvältä palvelulta yleisesti odotetaan. Vastausasteikko kysymyksessä oli 1-5, jossa 1= erittäin huono ja 5= erittäin hyvä. Kysymyksessä oli myös ”en osaa sanoa” -vaihtoehto.

Pääosin vastaajien arviot palvelusta olivat hyviä, joten heidän voidaan todeta olevan tyytyväisiä palveluun. Kokonaisarvosanaksi palveluosio sai kyselyssä 4,5. Selvästi tyytyväisimpiä vastaajat ovat olleet palvelun ystävällisyyteen, sillä tämä osa-alue sai arvosanaksi 4,81, mikä on jo erittäin lähellä ”erittäin hyvän” rajaa. Heti perässä seuraavat luotettavuus 4,57 keskiarvolla ja tavoitettavuus 4,52 keskiarvolla. Nämä osa-alueet nousivat palveluosion yleisen keskiarvon yläpuolelle.

Heikommat arviot palveluosiosta kyselyssä saivat asioiden täsmällinen hoitaminen keskiarvolla 4,48 ja palvelun nopeus keskiarvolla 4,43. Hieman reilummin kokonais-

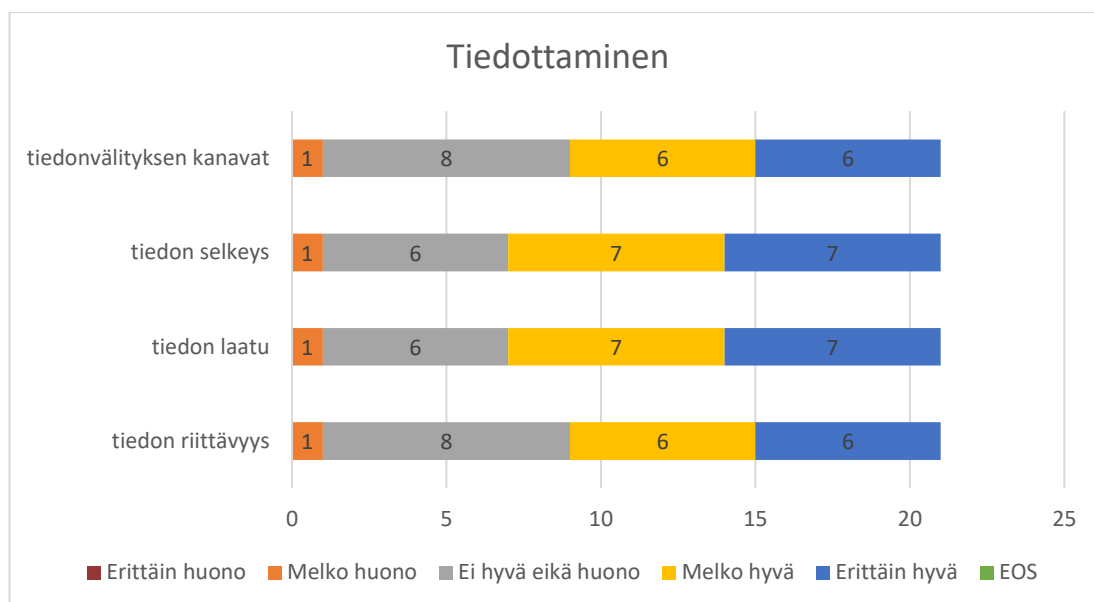
keskiarvon alapuolelle jäivät muun henkilökunnan toiminta keskiarvolla 4,37 ja asiantuntevuus keskiarvolla 4,33. Kaikkien palveluosion osa-alueiden keskimääräiset arviot ylettyivät kuitenkin yli neljän, mikä voidaan luokitella hyväksi.

Vapaata palautetta palveluosio sai seuraavasti:

”Olen ollut tyytyväinen puheenjohtajuusaikanani. Kommunikointi toimii.”

”Isännöintitoimisto on taloyhtiölle melko etäinen.”

9.4 Tiedottaminen



Kuvio 9. Tiedottaminen.

Tiedottamisosiossa kysyttiin asiakkaiden mielipidettä isännöitsijän tiedottamisesta. Tähän kuuluu tiedonvälityksen kanavat sekä tiedon selkeys, laatu ja riittävyys. Tiedottaminen on isännöintiyritysten yleinen ongelma, sillä sitä ei asiakkaiden mielestä yleensä ole riittävästi. Vastausasteikko kysymyksessä oli 1-5, jossa 1= erittäin huono ja 5=erittäin hyvä. Kysymyksessä oli myös ”en osaa sanoa” -vaihtoehto.

Tiedottamisosio sai kyselyn huonoimmat arviot. Vastausten kokonaiskeskiarvo osiolle oli 3,88, mikä jää hieman hyvän arvosanan (4) alapuolelle. Tällainen tulos oli odotettavissa jo isännöintialaan ja sen teoriaan tutustumisen perusteella. Tiedonvälityksen kanavien osa-alue sai keskiarvokseen 3,81. Tiedon selkeyden keskimääräinen arvosana oli 3,95, jaettavan tiedon laadun 3,95 ja tiedon riittävyyden 3,81. Mikään tiedottamisoion osa-alue ei yltänyt keskiarvonsa puolesta selkeästi hyvän arvosanan tasolle. Erityisesti tiedonvälityksen kanavat ja tiedon riittävyys jäivät osion kokonaiskeskiarvon alapuolelle, joten kun mietitään toiminnan kehittämistä, erityisesti näitä osa-alueita tulisi pitää silmällä. Tulosten perusteella voidaan todeta, että koko viestintä-osio kaipaa kehittämistä.

Asiakkailta kysyttiin myös, mistä asioista he toivoisivat enemmän tiedotusta. Kysymys keräsi seuraavan laisia vastauksia:

”Eri asunnoissa tehtävissä remonteissa ja niiden kustannusten jakamisesta.”

”Turvallisuustieto”

”Tiedotus pitäisi olla kansanomaisempaa ja havainnollisempaa.”

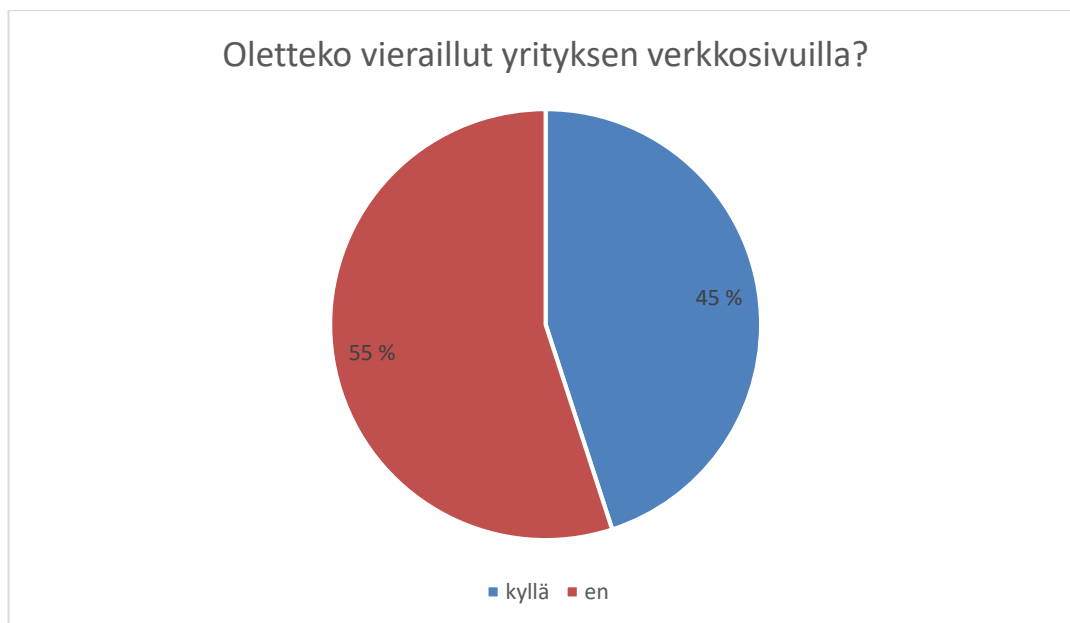
”Isännöinnin ja talohuollon kanssa käymät keskustelut/esiin nousevat asiat yhtiössä (Nyt saa pyydettäessä)”

Tiedottamisosio sai myös vapaata palautetta muun muassa siitä, miten tiedotusta tulisi toteuttaa. Vastaukset olivat seuraavan laisia:

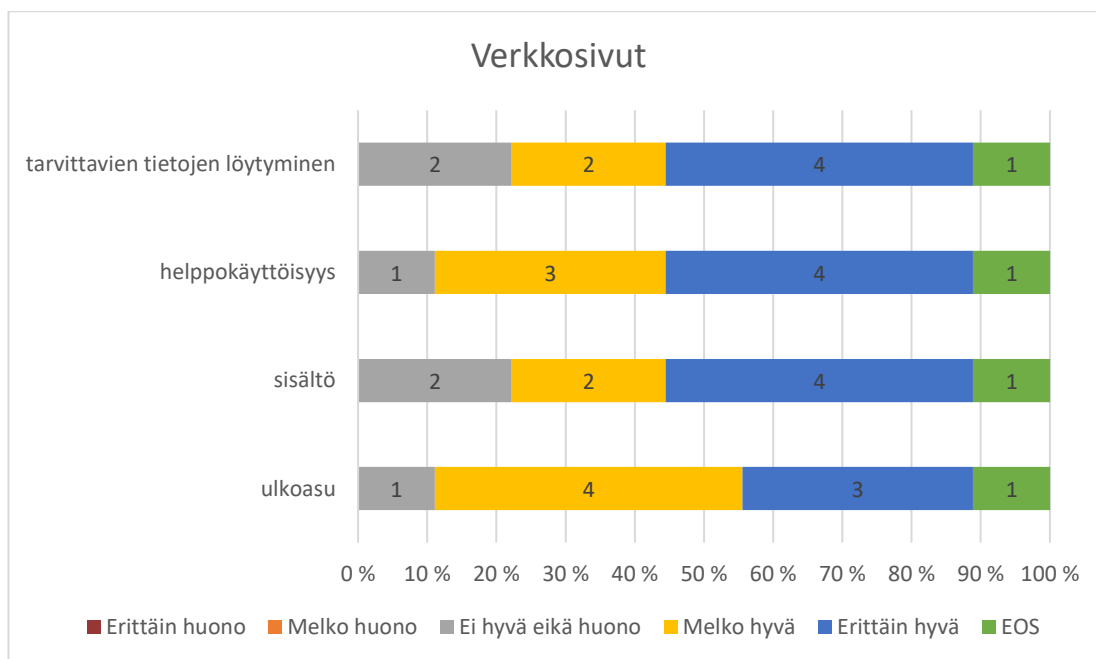
”Nykytekniikkaa pitäisi hyödyntää tiedotuksessa.”

”Esiin tulleista asioista ja muista riittää info/viestikopio. Osa asukkaista olettaa puh. johtajan hyväksyvän/olevan tietoinen ihan kaikesta mitä yhtiössä tapahtuu/tehdään.”

9.5 Verkkosivut



Kuvio 10. Oletteko vieraillut yrityksen verkkosivuilla?



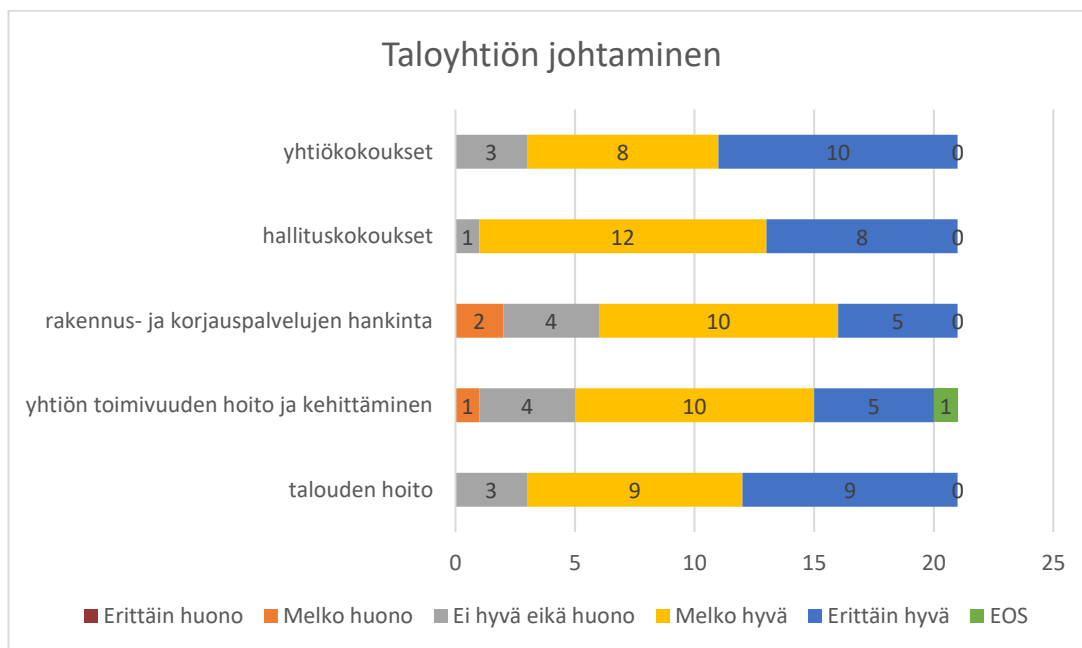
Kuvio 11. Verkkosivut.

Ne vastaajat, jotka kertoivat vierailleensa yrityksen verkkosivuilla, arvioivat lomakkeen seuraavissa neljässä kysymyksessä verkkosivujen ominaisuuksia. Näitä vastaajia oli yhdeksän (45 % koko vastaajamäärästä), joista yksi vieraili sivuilla viimeksi vuosia

sitten ja päätyi siitä syystä käyttämään ”en osaa sanoa” vaihtoehtoa jokaisen kysymyksen kohdalla. Vastaajia pyydettiin arvioimaan tarvittavien tietojen löytymistä sivuilta sekä sivujen helppokäyttöisyyttä, sisältöä ja ulkoasua. Vastausasteikko kysymyksessä oli 1-5, jossa 1=erittäin huono ja 5= erittäin hyvä. Tässäkin kysymyksessä oli ”en osaa sanoa” -vaihtoehto.

Kokonaisarvosanaksi verkkosivuille muodostui 4,28. Kaikki verkkosivujen osa-alueet saivat tasaisen hyvät arvostelut. Tarvittavien tietojen löytyminen, sivujen sisältö ja sivujen ulkoasu saivat kaikki keskiarvoikseen 4,25. Joukosta erottui hieman vain sivujen helppokäyttöisyys keskiarvolla 4,37. Kokonaisuudessaan vastaajat arvioivat verkkosivuja hyväksi, mutta selvästi heidän mielestään on vielä varaa parantaa.

9.6 Taloyhtiön johtaminen



Kuvio 12. Taloyhtiön johtaminen.

Taloyhtiön johtamisosiossa asiakkailta kysyttiin mielipidettä siitä, kuinka hyvin isännöitsijä huolehtii taloyhtiön hoitamisesta. Tähän kuuluu yhtiö- ja hallituskokousten järjestäminen, rakennus- ja korjauspalvelujen hankinta, yhtiön toimivuuden hoito ja kehittäminen sekä talouden hoito. Vastausasteikkona tässäkin osiossa oli 1-5, jossa

1=erittäin huono ja 5=erittäin hyvä. Lisäksi kysymyksissä oli ”en osaa sanoa” -vaihtoehto.

Johtamisosio jakoi jonkin verran vastaajien mielipiteitä. Esimerkiksi rakennus- ja korjauspalvelujen hankinta -osioon noin 10 prosenttia vastasi ”melko huono” ja noin 23 prosenttia vastasi ”erittäin hyvä”. Lisäksi saatiin kaikkia vastauksia siltä väliltä. Sama ilmiö toistui yhtiön toimivuuden hoito ja kehittämisosiossa. Suosituin vastaus lähes kaikissa johtamisen osa-alueissa oli ”melko hyvä”. Ainoastaan yhtiökokousten kohdalla suosituin vastaus oli ”erittäin hyvä”. Yhtiön toimivuuden hoito ja kehittämisosioon saatiin myös yksi ”en osaa sanoa” -vastaus.

Kokonaiskeskiarvoksi taloyhtiön johtamisosiolle muodostui 4,15, mikä on hyvä tulos. Sekä yhtiö- että hallituskokousosoiden keskiarvo oli 4,33, eli hieman yli kokonaiskeskiarvon. Mielipiteitä selkeämmin jakaneet osa-alueet jäivät keskiarvoineen kokonaiskeskiarvon alapuolelle. Rakennus- ja korjauspalvelujen hankinta sai keskiarvokseen 3,86 ja yhtiön toimivuuden hoito ja kehittäminen 3,95. Nämä arvot hipovat ”melko hyvän” rajaa, mutta eivät aivan yllä sinne. Talouden hoidon arvosanojen keskiarvoksi muodostui 4,28, mikä puolestaan ylittää osion kokonaiskeskiarvon.

Taloyhtiön johtamisosio sai myös hieman vapaata palautetta. Vastaajat kirjottivat muun muassa hyviä kehitysehdotuksia taloyhtiön johtamiseen liittyen:

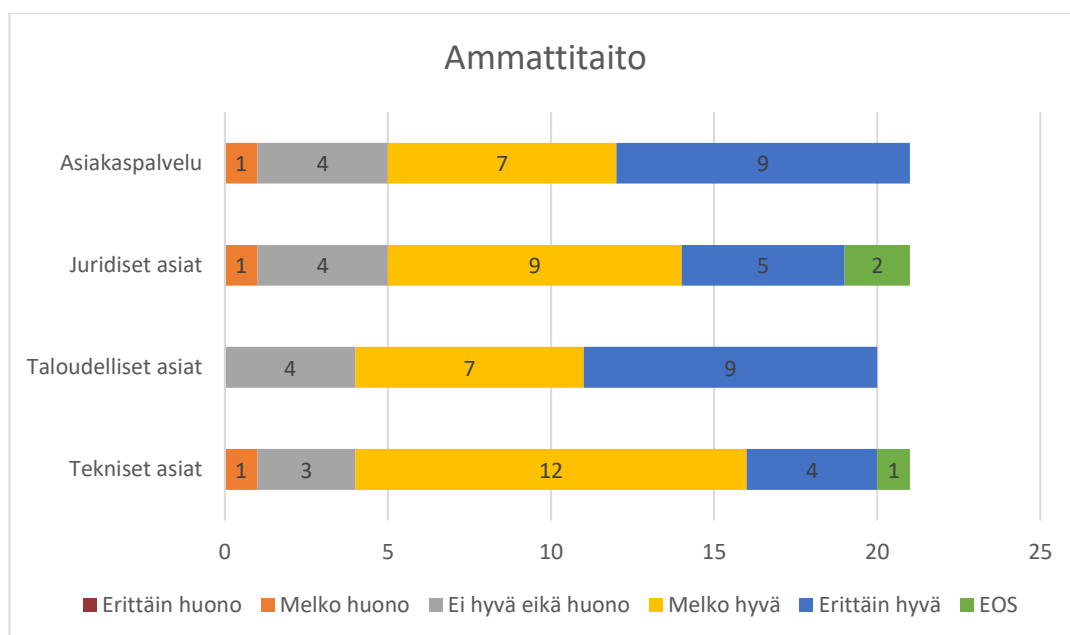
”Laajempi selostus (esim.) eri yhtiöitten kulutukseen (esim. vesi) ei kuitenkaan nimetä ketään, ja katsaus tulevaan jos mahdollista. ”

”Yhtiökok. päätökset tiedote osakkaille, vastikkeen suuruus. vesimaksu, saunam. ym. rahaa koskevat tiedot. Korjauspalvelujen kilpailuttaminen 3-5 firmaa.”

”Isännöitsijän yhteydenottoa puheenjohtajaan enemmän.”

”Kokonaisuus hyvä/kiitettävä.”

9.7 Ammattitaito



Kuvio 13. Ammattitaito.

Ammattitaito-osiossa asiakkaita pyydettiin arvioimaan isännöinnin ammattitaitoa eri osa-alueilla. Näitä osa-alueita kyselyssä olivat asiakaspalvelu, juridiset asiat, taloudelliset asiat sekä tekniset asiat. Vastausasteikkona osiossa oli 1-5, jossa 1= erittäin huono ja 5=erittäin hyvä. Lisäksi osiossa oli ”en osaa sanoa” -vaihtoehto.

Tämänkin osion vastaukset olivat melko tasaväkisiä keskenään. Asiakaspalvelun, juridisten asioiden ja teknisten asioiden kohdalla saatiin jälleen vastauksia välillä ”melko huono” ja ”erittäin hyvä”. Ainoastaan taloudellisten asioiden kohdalla vastaajat olivat sitä mieltä, että ne ovat ”ei hyvän eikä huonon” (3) arvoisia tai parempia. Suosituisman vastauksen asemasta kilpailivat jälleen ”melko hyvä” ja ”erittäin hyvä” -vaihtoehdot. Juridisten asioiden osaan saatiin kaksi ”en osaa sanoa” -vastausta ja teknisten asioiden osaan yksi.

Kokonaiskeskiarvoksi ammattitaito-osiolle muodostui 4,02. Arvo on hieman ”melko hyvän” rajan yläpuolella, mikä voidaan tuloksena katsoa hyväksi. Asiakaspalvelun keskiarvoksi muodostui 4,14, mikä on jo huomattavasti kokonaiskeskiarvon yläpuolella. Isännöitsijän ammattitaito juridisissa asioissa sai keskiarvokseen 3,95, mikä jäi

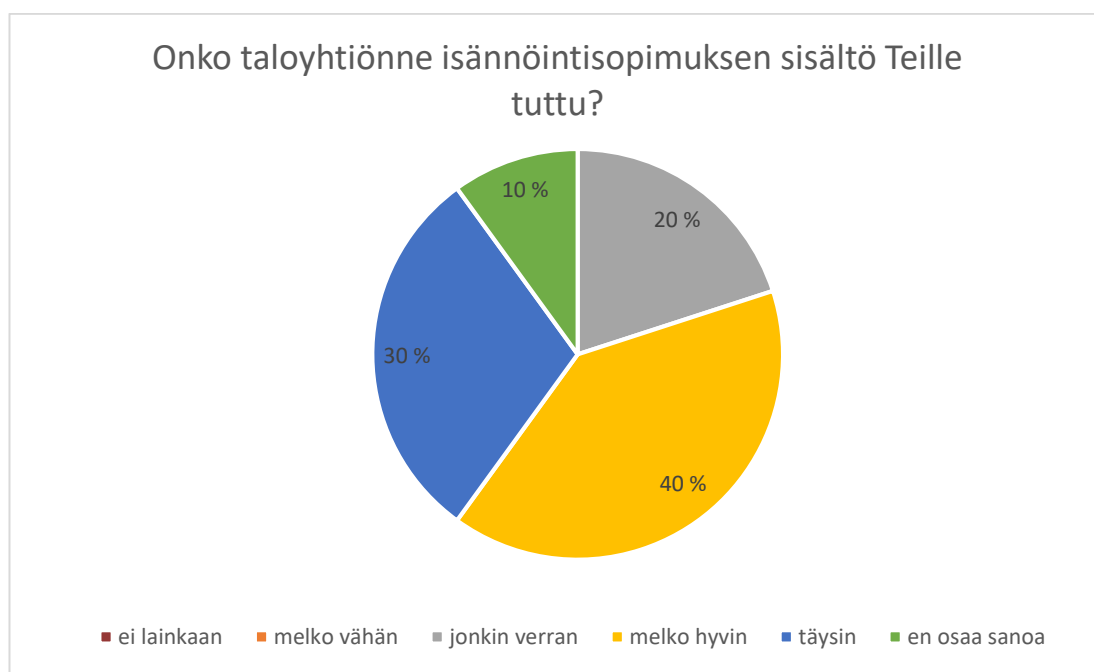
hieman alle kokonaiskeskiarvon. Samoin kävi teknisten asioiden kohdalla, jossa keskiarvo jäi myös 3,95. Näiden osioiden keskiarvo jäi hieman alle ”melko hyvän” rajan. Taloudelliset asiat -osion keskiarvo, 4,25 ulottui selkeästi ”melko hyvän” rajan ja osion kokonaiskeskiarvon yläpuolelle. Isännöitsijän ammattitaito taloudellisten asioiden hoitamisessa arvioitiin ammattitaito-osion parhaaksi.

Ammattitaito osio keräsi myös muutaman vapaan palautteen. Osion palaute oli luonteeltaan positiivista tai rakentavaa:

”Ei moitittavaa, osaa hommansa.”

”Olisi seurattava koko ajan, mitä uusia muutoksia tulee.”

9.8 Isännöintisopimus



Kuvio 14. Onko taloyhtiönne isännöintisopimuksen sisältö Teille tuttu?

Isännöitsijän rooli, tehtävät ja edellytykset taloyhtiössä määräytyvät isännöintisopimuksen perusteella (isännöinnin käsikirja) Siksi on tärkeää tuntea sen sisältö. Näin voidaan välttyä esimerkiksi väärinkäsityksiä ja riitoja isännöitsijän tehtävistä. Sopimusta on syytä joskus myös tarkistaa.

Tutkimuksessa kysyttiin, tuntevatko vastaajat oman taloyhtiönsä isännöintisopimuksen. Tämän kysymyksen kohdalla vastausasteikko muuttui erittäin huono-erittäin hyvä asteikosta siten, että vastausvaihtoehdoiksi valikoituivat ei lainkaan, melko vähän, jonkin verran, melko hyvin ja täysin. En osaa sanoa -vaihtoehto säilytti paikkansa edelleen.

Vastausten kirjo oli melko laaja. 40 prosenttia vastaajista kertoi tuntevansa isännöintisopimuksen sisällön melko hyvin. 20 prosenttia vastaajista kertoi tuntevansa sopimusta jonkin verran ja 30 prosenttia kertoi tuntevansa isännöintisopimuksen täysin. Kukaan vastaajista ei valinnut vaihtoehtoja ”ei lainkaan” tai ”melko vähän”. 10 prosenttia vastaajista valitsi vaihtoehdon ”en osaa sanoa”.



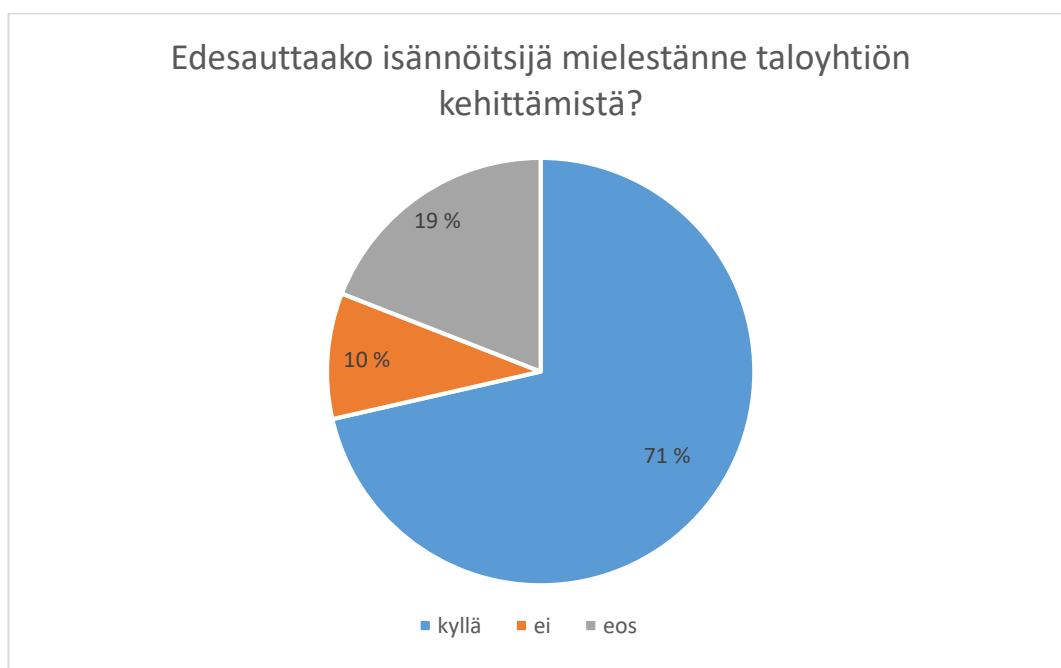
Kuvio 15. Vastaako isännöintipalvelu mielestänne isännöintisopimusta?

Isännöintisopimuksen tuntemista seurasi kysymys; Vastaako isännöintipalvelu mielestänne isännöintisopimusta? Tässäkin kysymyksessä vastausasteikko poikkesi ”normaalista” lomakkeessa käytetystä vastausasteikosta, samoin kuin edellisessä kysymyksessä. Vaihtoehdot olivat ei lainkaan, melko vähän, jonkin verran, melko hyvin ja täysin. Tässäkin kysymyksessä oli ”en osaa sanoa” -vaihtoehto.

25 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että isännöintipalvelu vastaa isännöintisopimusta täysin. Puolet vastaajista (50 %) oli sitä mieltä, että isännöintipalvelu vastaa isännöintisopimusta melko hyvin ja 15 prosenttia oli sitä mieltä, että palvelu vastaa isännöintisopimusta jonkin verran. Tässäkään kysymyksessä kukaan ei valinnut vaihtoehtoja ”ei lainkaan” tai ”melko vähän”. En osaa sanoa -vaihtoehdon valitsi jälleen 10 prosenttia vastaajista.

Yksi kyselyn vastaaja jätti vastaamatta näihin isännöintisopimusta koskeviin kysymyksiin. Hän perusteli vastaamatta jättämisen sillä, että sopimus ”pitäisi päivittää uudelleen”.

9.9 Taloyhtiön kehittäminen



Kuvio 16. Edesauttaako isännöitsijä mielestänne taloyhtiön kehittämistä?

Asiakkailta kysyttiin, edesauttaako isännöitsijä heidän mielestään taloyhtiön kehittämistä. Vastausvaihtoehdot tässä kysymyksessä olivat kyllä, ei ja en osaa sanoa.

71 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että isännöitsijä edesauttaa taloyhtiön kehittämistä ja 10 prosenttia oli sitä mieltä, että ei. 19 prosenttia valitsi ”en osaa sanoa” -vaihtoehdon.

9.10 Lisäpalvelut



Kuvio 17. Onko lisäpalveluita mielestänne riittävästi saatavilla?

Isännöintiliiton Isännöinnin Visio 2020 -julkaisun (2011) mukaan esimerkiksi kaupungistuminen ja väestön ikääntyminen vaikuttavat siihen, millaisia palveluja asiakkaat tarvitsevat. Isännöintialan yrityksille tämä on mahdollisuus tarjota asukkaille täysin uusia palveluja, jotka tuovat lisäarvoa ja kilpailuetua kiristyvässä kilpailutilanteessa. Tämän takia on hyvä kartoittaa, mitä yrityksen asiakkaat ajattelevat tällä hetkellä lisäpalveluista. (Isännöintiliiton www-sivut 2011.)

Asiakkailta kysyttiin, onko heidän mielestään lisäpalveluita riittävästi saatavilla. Vastausvaihtoehdot olivat kyllä tai ei. Reilu enemmistö, 83 prosenttia, oli sitä mieltä, että lisäpalveluja on riittävästi saatavilla. 17 prosenttia oli sitä mieltä, että lisäpalveluja ei ole riittävästi.

Lisäksi asiakkailta kysyttiin, millaisista lisäpalveluista he saattaisivat olla kiinnostuneita taloyhtiössään. Tämä oli avoin kysymys, johon saatiin neljä vastausta:

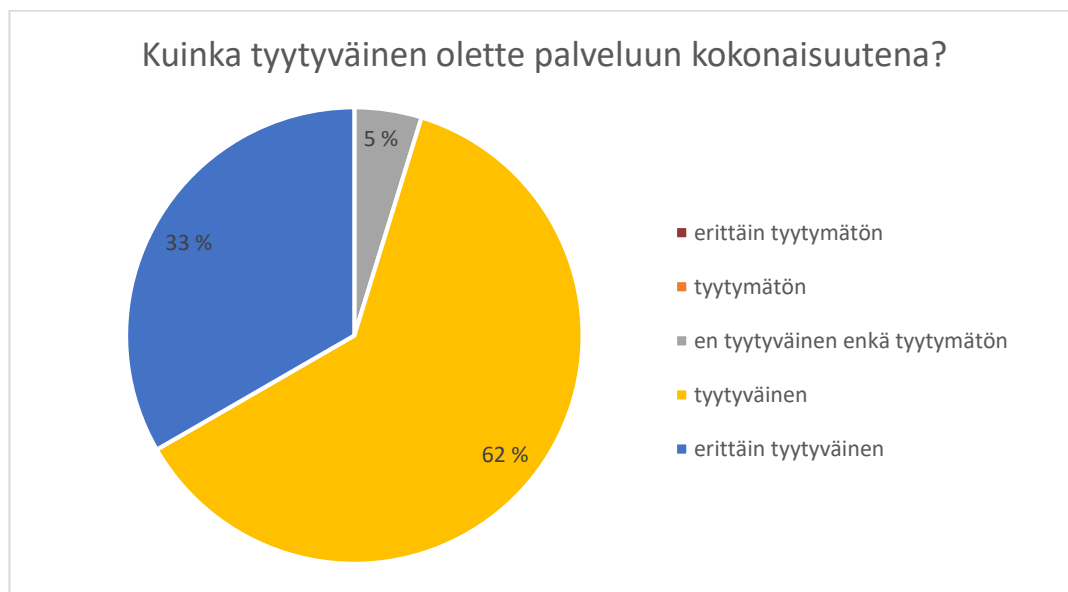
”Piha-alueen hoito”

”Mitä saatavilla”

”Yhtiömme on sijoitusosake-painotteinen, Nykyinen palvelutaso on riittävä”

”Isännöinnistä puuttuu teknillinen rakennustieto.”

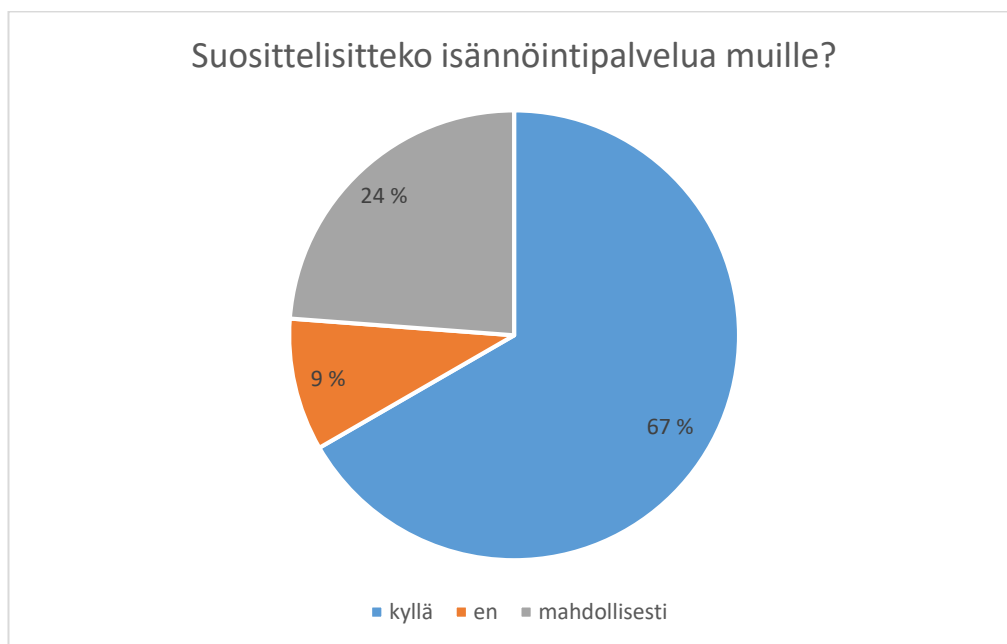
9.11 Kokonaistyytyväisyys



Kuvio 18. Kuinka tyytyväinen olette palveluun kokonaisuutena?

Lomakkeen loppupäässä asiakkailta kysyttiin, kuinka tyytyväisiä he ovat olleet yrityksen palveluun kokonaisuutena. Vastausvaihtoehdot tässä kysymyksessä olivat 1= erittäin tyytymätön, 2= tyytymätön, 3= en tyytyväinen enkä tyytymätön. 4= tyytyväinen ja 5= erittäin tyytyväinen. Tässä kysymyksessä ei enää ollut en osaa sanoa -vaihtoehtoa.

Lähes kaikki vastaajat kertoivat olleensa palveluun joko tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä. 62 prosenttia vastasi olevansa tyytyväinen ja 33 prosenttia vastasi olevansa erittäin tyytyväinen palveluun kokonaisuutena. Viisi prosenttia vastanneista valitsi ”en tyytyväinen enkä tyytymätön” -vaihtoehdon. Keskiarvoksi vastaajien tyytyväisyydelle muodostui 4,29. Tämä on hyvä tulos.



Kuvio 19. Suosittelisitko isännöintipalvelua muille?

Kyselyn lopuksi asiakkailta kysyttiin, suosittelisivatko he isännöintipalvelua muille. 67 prosenttia, eli reilu enemmistö vastanneista suosittelisi yrityksen palveluita. 24 prosenttia suosittelisi mahdollisesti palveluita ja yhdeksän prosenttia ei suosittelisi. ”Kyllä” ja ”mahdollisesti” -vastauksia perusteltiin seuraavasti:

”Asiat hoituu sovitusti. Ei yllätyksiä. Miellyttävää asioida, (yrityksen omistajan nimi)”

”Yhteistyö erittäin toimivaa”

”Kehityskelpoinen”

Myös ”ei”-vastaukset perusteltiin, molemmat samalla tavalla: ”En suosittelen koskaan mitään.”

Lomakkeen lopussa oli osio, jossa pyydettiin vapaata palautetta isännöintipalvelulle. Vastauksia kysymykseen saatiin melko vähän. Vapaa palaute oli seuraavan laista:

”Edellä mainittu tiedotus. Yhtiön asiat esim. talohuollon kanssa esiin tulleet olisi hyvä saada heti tietoon, ei seuraavassa kokouksessa. Esim. Huoltotarpeet, tehdyt huollot jne.”

”Pitää seurata koko ajan uusia sääntöjä ja muutoksia.”

”Hyvä yhteishenki.”

”Isännöitsijän ja hallituksen puh. joht. välinen tiedottaminen ja palautus asioista.”

”Asukaskyselyt pitäisi toteuttaa vuosittain.”

”Jatkakaa samaa rataa ☺”

”Kaikki toimii hyvin.”

10 POHDINTA JA KEHITYSEHDOTUKSET

Kyselyn vastausprosentiksi muodostui 46 prosenttia. Määrä on riittävä, mutta esimerkiksi kohderyhmän ollessa näin pieni, on vastauksista haastavampaa havaita selkeää kokonaiskuvaa. 71 prosenttia vastanneista oli yli 60-vuotiaita ja 24 prosenttia 51-60-vuotiaita. Eli 85 prosenttia kyselyyn vastanneista oli yli 50 vuotiaita. Toimeksiantajan mukaan vain kahdeksan asiakastaloyhtiöiden puheenjohtajaa on alle 50-vuotiaita, joten vastausjakauma kuvaa melko hyvin todellisuutta. Suurin osa alle 50-vuotiaista jätti vastaamatta kyselyyn. Jatkossa tulisi miettiä, miten saadaan vastausprosenttia kasvatettua. Mahdollinen ratkaisu voisi olla sähköisen kyselyn teettäminen perinteisen kirjekyselyn rinnalle, sillä kirjekyselyyn vastaaminen ja sen vieminen postiin, voi olla monelle potentiaaliselle vastaajalle kynnyskysymys. Sähköinen kysely voisi houkuttaa myös esimerkiksi nuorempia asiakkaita vastaamaan. Lisäksi tulevia tutkimuksia ajatellen, voitaisiin tarjota vastaajille ”porkkana”, esimerkiksi arvonta kyselyyn vastanneiden kesken. Tutkimuksen muut taustatiedot eivät herättäneet vastaavanlaisia kysymyksiä, sillä niissä muuttujat jakautuivat huomattavasti tasaisemmin.

Palveluosio sai kokonaiskeskiarvokseen 4,5. Tämä on hyvä tulos parhaan mahdollisen tuloksen ollessa 5. Selvästi tyytyväisimpiä vastaajat olivat palvelun ystävällisyyteen, jonka keskiarvoksi muodostui 4,81. Vastausten perusteella ystävällinen palvelu näyttäisi olevan yrityksen kilpailuetu, minkä takia on tärkeää ylläpitää jatkossakin ystävällisyyttä, eikä missään nimessä unohtaa sen tärkeyttä siksi, että ”osaa sen jo”. Ystävällisyyden lisäksi luotettavuus ja tavoitettavuus saivat kyselyssä hyvät arvosanat. Kokonaiskeskiarvon alapuolelle jäivät asioiden täsmällinen hoitaminen ja palvelun nopeus. Vaikka molempien osa-alueiden keskiarvot ovat selvästi 4 yläpuolella, eli asiakkaiden tyytyväisyys on hyvällä tasolla, ovat he vastausten perusteella tyytymättömämpiä näihin palvelun osa-alueisiin verrattuna muihin.

Tiedottamisen osio sai kokonaiskeskiarvokseen 3,88. Arvo jää hyvän tason alapuolelle ja on esimerkiksi palveluosioon verrattuna lähes yhden kokonaisen numeron heikompi tulos. Myös muihin osa-alueisiin nähden tämän osion kokonaiskeskiarvo on huonompi. Tiedonvälityksen kanavat ja tiedon riittävyys saivat keskiarvoikseen 3,81 ja

tiedon selkeys ja jaettavan tiedon laatu saivat keskiarvoikseen 3,95. Nämä kaksi viimeistä ovat jo hieman lähempänä hyvää tulosta. Eli vaikka koko tiedottamisen osa-alue kaipaa kehittämistä, voidaan todeta, että tiedon laatu ja selkeys ovat jo lähes hyvällä tasolla, mutta tietoa pitäisi saada enemmän ja tiedonvälityksen kanavia tulisi miettiä uudelleen. Tiedottamisosio sai myös reilusti vapaata palautetta muun muassa siitä, että tiedottamista tulisi päivittää nykypäivään ja sitä tulisi lisätä erilaisten aiheiden osalta.

Alle puolet vastanneista (45 %) on vierailut yrityksen verkkosivuilla. Sivut saivat kokonaiskeskiarvokseen 4,28 ja jokainen verkkosivujen osio arvioitiin tasaisen hyväksi. Tarvittavien tietojen löytyminen, sivujen sisältö ja sivujen ulkoasu saivat kaikki keskiarvoikseen 4,25. Sivujen helppokäyttöisyys sai keskiarvokseen 4,37. Vastausten perusteella verkkosivut ovat toimivat, eikä niissä tunnu olevat vastaajien mielestä suurempia puutteita. Sivujen käyttöaste on kuitenkin melko alhainen. Verkkosivut ovat helppo kanava viestiä esimerkiksi asiakkaille. Onnistunut viestintä edellyttää kuitenkin sitä, että asiakkaat käyvät verkkosivuilla. Usein sivut saattavat sisältää tietoa tai työkaluja, joista asiakkaat eivät välttämättä ole edes tietoisia. Pieni verkkosivuilla käyneiden määrä saattaa tässä kyselyssä johtua myös siitä, että valtava enemmistö vastanneista on yli 60-vuotiaita. Siitä huolimatta yritys voisi miettiä, miten asiakkaat saadaan käymään nettisivuilla.

Taloyhtiön johtaminen sai kokonaiskeskiarvokseen 4,15. Erityisesti hallitus- ja yhtiökokousten järjestämiseen oltiin tyytyväisiä. Nämä osa-alueet saivat molemmat keskiarvokseen 4,33. Rakennus- ja korjauspalvelujen hankinta sai keskiarvokseen 3,86 ja yhtiön toimivuuden hoito ja kehittäminen 3,95. Nämä eivät aivan saavuttaneet hyvän tuloksen (4) rajaa, joten erityisesti näitä johtamisen osa-alueita tulisi kehittää. Nämä osa-alueet myös jakoivat eniten vastaajien mielipiteitä, Vastauksia saatiin molemmissa välillä 2 (melko huono) 5 (erittäin hyvä). Tässä tilanteessa olisi ehkä hyvä selvittää, mikä aiheuttaa vastauksissa tällaista hajontaa; miksi jonkun mielestä sama asia on huono ja jonkun mielestä hyvä. Esimerkiksi korjauspalvelujen hankintaan liittyen voitaisiin laatia erillinen kysely ja pureutua siihen tarkemmin. Tämän kyselyn kysymys oli vain pintaraapaisu aiheeseen.

Ammattitaito-osio sai kokonaiskeskiarvokseen 4,02. Tämä voidaan luokitella melko hyväksi tulokseksi. Asiakaspalvelun keskiarvoksi muodostui 4,14 ja taloudellisten asioiden 4,25. Nämä arvot ovat jo selvästi kokonaiskeskiarvon yläpuolella ja voidaan katsoa hyviksi. Heikommat arviot saivat juridiset asiat sekä tekniset asiat, molemmat keskiarvolla 3,95. Nämä jäivät hyvän arvosanan (4) alapuolelle, joten ne voidaan katsoa keskeisemmiksi kehityskohteiksi muihin osion osa-alueisiin verrattuna.

Taloyhtiönsä isännöintisopimuksen tuntee täysin 30 prosenttia melko hyvin 40 prosenttia ja jonkin verran 20 prosenttia vastanneista. Tilanne on siis melko hyvä. 50 prosenttia vastanneista on sitä mieltä, että isännöintipalvelu vastaa melko hyvin isännöintisopimusta, 25 prosenttia on sitä mieltä että se vastaa täysin ja 15 prosenttia on sitä mieltä, että se vastaa jonkin verran. Kukaan vastaajista ei perustellut näitä vastauksia. Tämän takia on mahdoton sanoa, miksi esimerkiksi he, jotka vastasivat ”jonkin verran”, ajattelevat niin. Mitä heidän mielestään palvelusta kenties puuttuu, mitä siinä sopimuksen mukaan kuuluisi olla?

71 prosenttia vastanneista on sitä mieltä, että yritys edistää taloyhtiön kehittämistä, mikä on kohtuullisen hyvä tulos. Lisäpalveluista kysyttäessä 83 prosenttia, eli reilu enemmistö oli sitä mieltä, että lisäpalveluita on riittävästi saatavilla. Voidaan siis katsoa, että tällä hetkellä lisäpalveluille ei ole huutavaa tarvetta ja toiminnan kehittäminen kannattaa keskittää muihin kehitystä kaipaaviin kohteisiin. Kuitenkaan lisäpalvelujen mahdollisuutta ei kannatta sulkea pois eikä unohtaa, sillä osa vastaajista oli sitä mieltä, että lisäpalveluita ei ole tarpeeksi. Asiakkailta tuli muutamia ehdotuksia mahdollisille tulevaisuuden lisäpalveluille.

Asiakkailta kysyttiin, kuinka tyytyväisiä he ovat palveluun kokonaisuutena. Keskiarvo kokonaistyytyväisyydelle oli 4,29. Tämä on hyvä tulos. Kun katsotaan jokaisen osion kokonaiskeskiarvoja ja asiakkaiden tyytyväisyyttä palveluun kokonaisuutena, voidaan todeta, että kokonaisuudessaan tyytyväisyys palveluun on hyvä. Lisäksi enemmistö suosittelisi isännöintipalvelua muille ja he, jotka eivät suosittelisi, perustelivat sen sillä, etteivät koskaan suosittele mitään. Jatkossa yrityksen on syytä keskittyä erityisesti omiin vahvuuksiinsa, eli niihin asioihin, jotka saivat kyselyssä hyviä tuloksia. Niitä tulee pitää yllä ja kehittää jatkuvasti

Tutkimuksen teko- ja tulosten käsittelyvaiheessa nousi esiin muutamia selkeitä kehitysideoita. Erityisesti tiedottamista tulisi kehittää. Tähän on olemassa monenlaisia keinoja. Yksi keino voisi olla esimerkiksi kuukausikirjeen lähettäminen taloyhtiöille. Mikäli joka kuukausi tuntuu liian tiheältä eikä tiedotettavaa keräänny niin paljon, voisi välin ottaa pidemmäksikin. Kuitenkin ideana olisi säännöllisen uutiskirjeen toimittaminen esimerkiksi jokaisen taloyhtiön hallituksen puheenjohtajalle. Kirjeessä olisi ajankohtaisia asioita ja erityisesti niitä asioita, joista tietoa toivotaan. Tällainen tiedotusmuoto teettää kuitenkin melkoisesti lisätyötä ja vie paljon työaikaa. Tälle hyvä vaihtoehto olisi verkkosivujen hyödyntäminen viestinnässä. Verkkosivuille voisi laittaa yleistä tietoa ja viestejä yritykseltä asiakkaille.

Yksi suuri harppaus viestinnän kehittämisessä olisi taloyhtiösivujen käyttöönotto asiakastaloyhtiöissä. Taloyhtiösivujen välityksellä isännöitsijän on helppo välittää tietoa isännöimilleen taloyhtiöille. Taloyhtiösivujen avulla isännöitsijä voi myös hoitaa asukasviestintää sähköisesti, mikä säästää esimerkiksi työaikaa, kun jokaista taloa ei tarvitse juosta läpi viestien viemiseksi. Taloyhtiösivujen päivityksen ei kuitenkaan tarvitse olla kokonaan isännöitsijän vastuulla. (Taloyhtiösivujen www-sivut 2016.) Taloyhtiösivuille kulku voisi tapahtua isännöintiyrityksen sivujen kautta, mikä lisäisi myös yrityksen verkkosivujen käyttöä.

Eräs mahdollinen tiedottamisen kehittämismuoto olisi sähköisten ilmoitustaulujen käyttöönotto asiakastaloyhtiöihin. Sähköinen ilmoitustaulu toimisi samalla periaatteella, kuin perinteinenkin ilmoitustaulu, mutta esimerkiksi tietojen päivittäminen reaaliaikaisesti helpottuisi. Taululle saisi helposti päivitettyä tietoa esimerkiksi äkillisistä tilanteista tai vaikkapa vesikatkoista. Näyttöjä on otettu käyttöön pikkuhiljaa eri puolilla Suomea. Taulujen rahoittamista voisi ajatella esimerkiksi myymällä mainoksia. Sähköisen ilmoitustaulun mahdollisuudet ovat rajattomat. Taululle voi taloyhtiötietojen lisäksi laittaa näkyviin esimerkiksi bussiaikatauluja tai lähikaupan tarjouksia. (Savin 2015.)

Asiakastyytyväisyyden tutkimista ei kannata jättää yhteen kertaan, vaan sitä on syytä ylläpitää ja seurata pitkällä tähtäimellä. Asiakastyytyväisyyskysely tulisi teettää säännöllisesti esimerkiksi vuosittain. Säännöllisesti teetetävän kyselyn ei kuitenkaan vält-

tämättä tarvitse olla ihan näin perusteellinen kuin esimerkiksi tämä kysely. Säännöllisesti teetettävästä kyselystä voisi jättää pois esimerkiksi isännöintisopimusta koskevat asiat. Edelleen kysely kannattaa teettää kirjekyselynä, sillä vastaajien korkeahko ikä osoittaa sen olevan tarpeellista. Lisäksi kuitenkin olisi syytä miettiä sähköisen kyselyn mahdollisuutta esimerkiksi kirjekyselyn rinnalle, kuten jo aiemmin todettiin. Sähköinen kysely saattaa monessa tapauksessa laskea asiakkaan kynnystä vastata kyselyyn. Lisäksi sähköisen kyselyn aineiston käsittely on usein automaattista, mikä nopeuttaa tulosten saamista.

Lisäksi jatkossa olisi suositeltavaa, että tutkimus teetetään myös muille asiakkaille, kuten osakkaille, eikä ainoastaan hallituksen puheenjohtajille. Kiinteistöliiton tekemän tutkimuksen mukaan hallitusten puheenjohtajat ovat tyytyväisempiä isännöintiyrityksen toimintaan kuin osakkaat. Syynä tähän voi olla viestinnän epäonnistuminen tai se, että monetkaan osakkaat eivät tiedä, mikä isännöitsijän asema taloyhtiössä on tai mitä hänen tehtäviinsä kuuluu. Monesti esimerkiksi voidaan kuvitella, että isännöitsijä työskentelee ympäri vuorokauden. Pettymys on suuri, kun isännöitsijää ei tavoitakaan virka-ajan ulkopuolella. Tällöin isännöitsijä saa helposti laiskan rahastajan maineen. (Furuhjelm 2015.) Tällaisten tilanteiden ja olettamusten välttämiseksi olisi syytä tutkia myös osakkaiden näkemyksiä isännöintipalvelusta. Kun tiedetään, mitkä ovat osakkaiden ajatukset ja tyytyväisyystilanne, voidaan mahdolliset väärinkäsitykset korjata.

11 TOIMEKSIANTAJAN ARVIOINTI

Asiakastyytyväisyyskyselyn teettäminen on ollut yritykselle hyödyllinen projekti. Kyselyn avulla saatiin tietää asiakkaiden mielipiteitä palvelun laadun tasosta tällä hetkellä. Asiakastyytyväisyyskyselyn teettäminen oli myös tarpeellista teettää ISA-auktorisointia varten.

Kyselyn suunnittelu ja toteuttaminen sujui hyvin. Loppuraportista tutkimuksen tulokset on helposti luettavissa. Ne on kirjattu selkeästi ja ymmärrettävästi ja tärkeät asiat tulivat hyvin ilmi.

Vastausten vähäisyys hämmästytti hieman. Kysely ei ollut liian pitkä tai vaikea. Olisi voinut odottaa, että useampi hallituksen puheenjohtaja vastaa, sillä heillä luulisi olevan paljon sanottavaa, varsinkin kun kysely on yrityksen ensimmäinen.

Tuloksissa yllätti erityisesti asiakkaiden positiivisuus ja tyytyväisyys palvelun laatuun. Ihän näin hyvää palvelua ei odotettu. Toinen asia mikä kummastutti, oli verkkosivujen vähäinen käyttö. Toisaalta verkkosivuilla ei välttämättä ole mitään sellaista, mikä palvelisi taloyhtiöiden puheenjohtajia.

Asiakastyytyväisyyskysely tullaan tekemään uudestaan noin parin vuoden päästä. Ideaa sähköisenä toteutettavasta kyselystä ei suljeta pois, mutta sen toteuttamista täytyy hieman miettiä.

12 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa asiakastyytyväisyyskysely toimeksiantajayritykselle. Tavoitteena oli selvittää, kuinka tyytyväisiä yrityksen asiakkaat ovat yrityksen palveluun eri osa-alueilla.

Teoreettinen viitekehys tutkimukseen rakentui sen perusteella, minkä asioiden koettiin tarjoavat parhaat ”eväät” hyvän kyselyn laatimiseen. Aluksi oli ymmärrettävä, mitä isännöintialaan sisältyy, mitä kuuluu isännöitsijän tehtäviin ja mitä isännöitsijältä edellytetään. Näitä tietoja olin saanut hieman jo työskennellessäni isännöintiyrityksessä, jolloin isännöintiala tuli tutuksi myös käytännössä. Tutkimusta varten oli kuitenkin tarpeellista täydentää tietoja myös teorian osalta. Kun isännöintialan teoria tuli tutumaksi, perehdyttiin palveluihin; mitä tarkoittaa palvelu, mitä on laatu ja mitkä asiat vaikuttavat asiakkaiden palvelun laadun kokemiseen. Näiden tietojen avulla pystyttiin miettimään, millaisia tietoja asiakkailta kannattaa kerätä halutun tiedon saamiseksi. Palvelu ja palvelun laatu muodostavat asiakastyytyväisyyttä. Seuraavaksi työssä pu-

reuduttiin asiakastyytyväisyyden määritelmään ja sen mittaamiseen ja erityisesti keskityttiin tutustumaan SERVQUAL-menetelmään, eli yhteen laadun kokemisen mittariin. Siitä saatiin osa-alueita hyödynnettäväksi lopullisessa kyselyssä. Kun oli selvitetty, mitä asioita kyselyssä kannattaa kysyä, lähdettiin selvittämään, miten se tulee tehdä. Näin teoreettiseen viitekehykseen tuli mukaan tutkimuslomakkeen laatimisen teoriaa; lomakkeen laatimisen ja rakenteen teoriaa, kysymystyyppien teoriaa sekä tärkeitä tekijöitä lomakkeen onnistumiselle. Teoreettisen viitekehyksen avulla pystyttiin laatimaan tutkimuksessa käytetty kyselylomake.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena, eli määrällisenä kokonaistutkimuksena. Tutkimuslomakkeita lähetettiin kirjekyselynä 46 kappaletta alkukesästä 2016. Vastauksia saatiin 21 ja näin vastausprosentiksi muodostui 46 prosenttia. Pääsääntöisesti asiakkaat olivat selvästi tyytyväisiä palvelun eri osa-alueisiin, mikä yllätti toimeksiantajanakin positiivisesti. Eniten tyytyväisiä asiakkaat olivat tyytyväisiä palveluosa-alueeseen, ja erityisesti palvelun ystävällisyyteen, luotettavuuteen ja tavoitettavuuteen. Suurimmiksi kehityskohteiksi tulosten perusteella nousivat tiedottaminen, sekä muutama taloyhtiön johtamisen osa-alue. Konkreettisia kehitysideoitakin saatiin. Erityisesti tiedottamisen osalta pohdittiin taloyhtiösivujen tai sähköisten ilmoitustaulujen käyttöönottoa tulevaisuudessa tiedottamisen parantamiseksi. Lisäksi pohdittiin seuraavan kyselyn toteutustapaa ja kohderyhmää. Hyödyllistä olisi, jos tutkimus toteutettaisiin jatkossa taloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajien lisäksi myös muille yrityksen asiakas-kuntaan kuuluville.

Vaikka tyytyväisyyskyselyssä saatiin pääsääntöisesti erittäinkin hyvää palautetta, on tärkeää, että yritys suhtautuu toimintaansa kriittisesti. On tärkeää, että yritys ei missään nimessä sokeasti luota siihen, että asiakkaat ovat tyytyväisiä, koska kyselyssä niin todettiin. Asiakkaiden mieli ja tarpeet elävät kokoajan, ja siksi on tärkeää seurata asiakastyytyväisyyttä jatkossakin, jotta pysytään ajan tasalla asiakkaiden laadun kokemisesta. Asiakkaiden kuunteleminen on tärkeää myös tyytyväisyyskyselyjen ulkopuolella yrityksen normaalissa arjessa.

Työtä tehdessäni opin, mitä asiakastyytyväisyys tarkoittaa, mitkä tekijät siihen vaikuttavat ja miten sitä mitataan. Lisäksi opin erittäin paljon siitä, millainen on hyvä kyse-

lylomake ja mitkä tekijät vaikuttavat sen onnistumiseen. Lisäksi sain työn aikana vastauksia lukuisiin kysymyksiin, jotka heräsivät tämän prosessin aikana tai jo ennen sitä erilaisissa yhteyksissä. Opin työn aikana kaikesta, mistä halusinkin oppia.

Jos tekisin jotain toisin, niin ehkä muuttaisin muutamien, erityisesti taustatietojen vastausvaihtoehtoja tarkemmiksi. Muutamissa kysymyksissä yhden vastausvaihtoehdon sisäinen haarukka on niin laaja, että alku ja loppupään välinen ero on hyvin suuri, esimerkiksi vastausvaihtoehto 10-39. Asteikon muuttaminen tarkemmaksi tuskin vaikuttaisi lopputulokseen, mutta ruokkisi tutkijan uteliaisuutta siihen, millaisten taustojen ihmiset vastaavat kyselyyn ja millä tavalla. Lisäksi jos tekisin tutkimuksen uudestaan, laatisin kirjekyselyn rinnalle sähköisen kyselyn, johon halukkaat voisivat vastata kirjekyselyn sijasta. Olisi mielenkiintoista nähdä, vaikuttaisiko se vastausprosenttiin positiivisesti. Jatkossa jos tekisin tällaisen kyselyn uudestaan, tekisin ainakin kirjekyselyn tueksi sähköisen kyselyn ja laajentaisin kohderyhmää hallituksen puheenjohtajista laajemman ja monipuolisemman kuvan saamiseksi.

Työn lopputulokseen olen kaikin puolin tyytyväinen. Olen tyytyväinen siihen, että työstä oli toimeksiantajalle todellista hyötyä ja opin myös itse paljon sekä aiheesta, että omasta työskentelystäni. Tämä opinnäytetyöprojekti oli monella tavalla hyvinkin palkitseva.

LÄHTEET

- Admiral Markets:n www-sivut. 2016. Viitattu 19.10.2016. <http://old.admiralmarkets.fi>
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.
- E-conomicin www-sivut. 2015. Viitattu 1.12.2015. www.e-conomic.fi
- Furuhjelm, M. 2015. Isännöinti -mikä, miksi, milloin. Viitattu 17.10.2016. <http://www.kiinteistolehti.fi/blogi/isannointi-mika-miksi-milloin/>
- Galford, R., Green, C. & Maister, D. 2012. Luottamuksen arvoinen. Helsinki: Talentum.5
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. WSOY.
- Haarma, K., Jaatinen, A., Kaivanto, K. & Kangasluoma, M. 2011. Isännöinnin käsikirja. Helsinki: Kiinteistöalan Kustannus Oy.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita Publishing Oy. Viitattu 19.10.2016. <https://www-ellibs-com.lillukka.samk.fi/fi/book/9789513769420>
- Huhtakangas, P. 2011. Yrityksen maine pohjautuu vahvaan tunnesiteeseen. Kehittyvä elintarvike 6, 24. Viitattu 1.12.2015. www.kehittyvaelintarvike.fi
- Invalidiliiton www-sivut. 2016. Viitattu 19.10.2016. <http://www.esteeton.fi>
- Isäyhdistyksen www-sivut. 2016. Viitattu 5.10.2016. www.isayhdistys.fi
- Isännöintiliiton www-sivut. 2011. Viitattu 17.10.2016. <http://www.isannointiliitto.fi>
- Junnila, S. & Jylhä, T. 2012. Miksi annamme asiakkaan odottaa? Viitattu 19.10.2016. <http://www.iltasanomat.fi/taloussanomat/art-2000001753190.html>
- Koskennurmi-Sivonen, R. 2008. Kvantitatiivinen tutkimusaineiston kerääminen. Viitattu 11.10.2016. <http://www.helsinki.fi/>
- Kuula, A. 2011. Tutkimusetiikka. Tampere: Vastapaino. Viitattu 11.10.2016. <https://www-ellibs-com.lillukka.samk.fi/fi/book/978-951-768-362-3>
- KvantiMOTV www-sivut. 2010. Viitattu 8.12.2015. www.fsd.uta.fi
- Lehtonen, J., Pesonen, H. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Helsinki: WSOY.
- Mv.helsinki www-sivut. 2015. Viitattu 8.12.2015. www.mv-helsinki.fi

Pekkarinen, S. 2014. Taloyhtiö syynää isännöitsijän toimet yhä tarkemmin – Alan kilpailu kiristyy. Viitattu 5.9. www.yle.fi

Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua. Helsinki: WSOYpro.

Savin, A. 2015. Taloyhtiöiden siirtyy uuteen aikaan. Viitattu 19.10.2016. <http://yle.fi/uutiset/3-8034762>

Talentian www-sivut. 2016. Viitattu 19.10.2016. <http://www.talentia.fi>

Taloussanomien www-sivut. 2015. Viitattu 1.12.2015. www.taloussanomat.fi

Taloyhtiösivujen www-sivut. 2016. Viitattu 17.10. 2016. <http://www.taloyhtiosivut.fi>

Tietoarkiston www-sivut. 2015. Viitattu 8.12.2015. <http://www.fsd.uta.fi/fi/>

Tilastokeskuksen www-sivut. 2016. Viitattu 7.10.2016. www.stat.fi

Valli, R. 2015. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus.

Valtiovarainministeriön www-sivut. 2009. Viitattu 1.12.2015. www.vahtiohje.fi

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Helsinki: Tammi. Viitattu 7.10.2016. <http://hanna.vilkka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas. Helsinki: KY-Palvelu.

LIITE 1

SAATEKIRJE

19.5.2016

Hyvä taloyhtiön hallituksen puheenjohtaja

Olen liiketalouden opiskelija Satakunnan Ammattikorkeakoulusta. Teen opinnäytetyönäni asiakastyytyväisyystutkimuksen yritykselle X.

Kysely teetetään kaikkien niiden taloyhtiöiden hallitusten puheenjohtajille, joiden isännöinnistä yritys X vastaa.

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää yrityksen palvelun nykytilaa ja asiakkaiden tyytyväisyyttä nykyiseen palvelun laatuun. Tarkoituksena on myös löytää kehityskohteita, jotta palvelua voidaan kehittää vastaamaan paremmin asiakkaiden toiveita.

Toivoisin, että täyttäisitte oheisen kyselyn ja kertoisitte mielipiteenne. Vastaamalla kyselyyn pääsette vaikuttamaan yrityksen X toiminnan kehittämiseen ja antamaan arvokasta tietoa.

Kaikki vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisesti. Yksittäisiä lomakkeita ei tule näkemään kukaan muu, kuin allekirjoittanut.

Pyytäisin Teitä ystävällisesti palauttamaan täytetyn kyselyn oheisessa palautuskuoressa maanantaihin 6.6.2016 mennessä. Postimaksu on valmiiksi maksettu.

Lämmin kiitos ja hyvää alkavaa kesää!

Anniina Lehto

[Redacted signature]

KYSELYLOMAKE

1 (5)

ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

TAUSTATIETOJA

Valitkaa sopivin vaihtoehto

1. Vastaajan ikä

- ☐ Alle 30
- ☐ 30-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ yli 60

2. Kokemus taloyhtiön hallituksessa

- ☐ Alle 1 vuosi
- ☐ 1-5 vuotta
- ☐ 6-10 vuotta
- ☐ 11-20 vuotta
- ☐ yli 20 vuotta

3. Kuinka kauan taloyhtiönne on ollut Yrityksen X asiakas?

- ☐ alle 1 vuosi
- ☐ 1-5 vuotta
- ☐ 6-10 vuotta
- ☐ 11-20 vuotta
- ☐ yli 20 vuotta
- ☐ En osaa sanoa

4. Kuinka monta huoneistoa taloyhtiössänne on?

- ☐ alle 10
- ☐ 10-39
- ☐ 40-69
- ☐ 70-99
- ☐ 100 tai enemmän

5. Asutteko omistamassanne huoneistossa?

Kyllä ☐ En ☐

6. Kuinka usein asioitte toimistohenkilökunnan kanssa?

Kerran viikossa tai useammin ☐ 1-3 kertaa/kk ☐ Harvemmin ☐

Arvioikaa Yrityksen X toimintaa seuraavilla aihealueilla. Ympyröikää mielestänne sopivin vaihtoehto.

(1= Erittäin Huono, 2= Melko huono 3=Ei hyvä eikä huono 4= Melko hyvä 5= Erittäin hyvä EOS= En osaa sanoa)

PALVELU

7. Isännöitsijän asiantuntevuus	1	2	3	4	5	EOS
8. Isännöitsijän tavoitettavuus	1	2	3	4	5	EOS
9. Isännöitsijän luotettavuus	1	2	3	4	5	EOS
10. Muun henkilökunnan toiminta	1	2	3	4	5	EOS
11. Palvelun ystävällisyys	1	2	3	4	5	EOS
12. Palvelun nopeus	1	2	3	4	5	EOS
13. Asioiden täsmällinen hoitaminen	1	2	3	4	5	EOS

Kommentteja palveluosiioon:

TIEDOTTAMINEN

14. Asukkaille jaettavan tiedon riittävyys	1	2	3	4	5	EOS
15. Asukkaille jaettavan tiedon laatu	1	2	3	4	5	EOS
16. Asukkaille jaettavan tiedon selkeys	1	2	3	4	5	EOS
17. Tiedon välityksen kanavat	1	2	3	4	5	EOS

Kommentteja tiedottamisosiioon:

18. Oletteko vieraillut Yrityksen X verkkosivuilla?

Kyllä ☐ En ☐

Jos vastasitte edelliseen kysymykseen "Kyllä", arvioikaa verkkosivuja kysymyksissä 19. -22.:

19. Sivujen ulkoasu	1	2	3	4	5	EOS
20. Sivujen sisältö	1	2	3	4	5	EOS
21. Sivujen helppokäyttöisyys	1	2	3	4	5	EOS
22. Tarvittavien tietojen löytyminen sivuilta	1	2	3	4	5	EOS

TALOYHTIÖN JOHTAMINEN

23. Talouden hoito	1	2	3	4	5	EOS
24. Yhtiön toimivuuden hoito ja kehitystyö	1	2	3	4	5	EOS
25. Hallituksen kokoukset	1	2	3	4	5	EOS
26. Yhtiökokoukset	1	2	3	4	5	EOS
27. Rakennus- ja korjauspalvelujen hankinta	1	2	3	4	5	EOS

Kommentteja johtamisosioon:

AMMATTITAITO

28. Tekniset asiat	1	2	3	4	5	EOS
29. Taloudelliset asiat	1	2	3	4	5	EOS
30. Juridiset asiat	1	2	3	4	5	EOS
31. Asiakaspalvelu	1	2	3	4	5	EOS

Kommentteja ammattitaito-osioon:

MUUTA

Merkitkää rasti sopivimman vaihtoehdon kohdalle.

32. Tunnetteko isännöintisopimuksen sisällön?

Kyllä ☐ En ☐

33. Vastaako isännöintipalvelu mielestänne isännöintisopimusta?

Kyllä ☐ Ei ☐ En osaa sanoa ☐

Perustelut "Ei" vastaukselle:

34. Edesauttaako Yritys X mielestänne taloyhtiön kehittämistä?

Kyllä ☐ Ei ☐ En osaa sanoa ☐

35. Onko lisäpalveluita mielestänne riittävästi saatavilla?

Kyllä ☐ Ei ☐

Millaisista lisäpalveluista saattaisitte olla kiinnostuneita taloyhtiössänne?

LOPUKSI

36. Kuinka tyytyväinen olette ollut Yrityksen X palveluihin kokonaisuutena?

(1= Erittäin tyytymätön 2= Tyytymätön 3= En tyytyväinen enkä tyytymätön 4= Tyytyväinen 5= Erittäin tyytyväinen)

1 2 3 4 5

37. Suositteletko Yritystä X muille?

Kyllä ☐

Mahdollisesti ☐

En ☐

Perustelu:

38. Vapaa palaute isännöintipalvelulle (Mikä on hyvää/Mitä voisi kehittää?):

KIITOS VASTAUKSISTANNE!